

LUGARES TURÍSTICOS CONTEMPORÁNEOS: CORPORALIDAD, IMAGINARIOS Y
PRÁCTICAS SOCIALES EN LA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO DE USAQUÉN,
BOGOTÁ.

TESIS DE DOCTORADO EN ESTUDIOS SOCIALES

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

EDNA ROZO

Tutores

Dolly Cristina Palacios

Armando Silva

Bogotá, Colombia, marzo de 2019

Para Takumi:

¡Explorador del mar!

Para Kenji:

¡Mi ángel y compañero de vida!

Agradecimientos

A mi tutor Armando Silva, quien desde el 2006 cuando lo invité a acompañarnos en un evento sobre turismo y desarrollo sostenible en la universidad Externado de Colombia, me abrió un amplio y profundo panorama: el de los imaginarios sociales, una nueva perspectiva que brinda muchos matices, y enriquecedoras formas de abordar los contenidos sociales, simbólicos y estéticos del fenómeno turístico y su profunda relación con la contemporaneidad. A mi Maestro y amigo le doy las gracias por haber compartido su conocimiento de manera tan generosa con el grupo de amigos imaginarios del doctorado, impulsándonos e inspirándonos para finalizar estos proyectos, que en determinados momentos parecía que iban a quedar inacabados.

A Dolly Cristina Palacios, mi tutora y colega, con quien la vida me ha permitido compartir en varios lugares mágicos y espacios de encuentro, y quien en sus clases del doctorado me inspiró con una nueva perspectiva, la de la geografía humanística y ese poético abordaje de la categoría de lugar, la cual abre a nuevas formas de relacionamiento con el mundo y sus múltiples inter subjetividades. Este ha sido el eje principal que me dio las bases para profundizar en Bogotá como mi lugar turístico imaginado.

Fui muy afortunada de poder realizar mi estancia de investigación en Berkeley California, bajo la tutoría de Dean Maccannell, quien me guió desde el inicio de mi trabajo de tesis a través de sus obras, con su voz potente, clara y con una profunda lucidez en la que logró combinar magistralmente los estudios antropológicos, sociológicos y el psico análisis, para, desde allí, analizar el turismo como uno de los grandes fenómenos de la modernidad. Aún hoy y después de tantos años de haber escrito su primera obra maestra: “El Turista”, se sigue citando y continúa inspirando grandes debates académicos. Los cafés en compañía de él y de su brillante esposa, Juliet Flower, me abrieron nuevas miradas sobre los lugares turísticos contemporáneos.

A las directivas de mi Alma Mater, la universidad Externado de Colombia, por su apoyo en tiempo, recursos y en mi estancia de investigación, todo lo cual hizo posible cursar mi doctorado.

A lo largo de mi trayectoria de vida, conté con un protector invaluable quien confió en mí desde que finalicé mis estudios de pregrado y quien en momentos claves de mi desarrollo profesional y durante casi 30 años, estuvo allí, muchas veces de manera silenciosa y con la prudencia que lo caracterizaba, abriendo nuevos caminos, nuevas oportunidades o apoyándome en mis sueños. A Luis Carlos Cruz quién partió en septiembre del 2016, pero que donde quiera que esté, celebre conmigo este valioso esfuerzo.

A Luisa Tribiño y a las pasantes de Investigación Natalia Marroquín, Natalia Parra, María José Parra y Patricia González, que me apoyaron, para lograr sistematizar datos de campo y datos de fuentes secundarias, así como en la edición final del documento. Así mismo, a Mario Mayorga, quien me apoyó con la construcción de las bases de datos de la cartografía de Bogotá, así como en la georreferenciación de las mismas, las cuales se presentan en diversos apartes de la tesis.

A mis padres, ejemplo de vida, quienes han recorrido un largo camino y con sus propias experiencias, aprendizajes y su ética inquebrantable, me han inspirado siempre a seguir adelante.

Tabla de Contenido	
Agradecimientos.....	3
Índice, Ilustraciones, tablas y ecuaciones.....	7
Introducción	15
Capítulo uno: los lugares turísticos contemporáneos: de la modernidad a sus expresiones contemporáneas	41
1.1 Presentación	41
1.2 Los viajeros del Grand tour	42
1.3 Los tiempos modernos del turismo	45
1.4 Nuevos lugares de ensoñación: el turismo alternativo	60
1.5 Las expresiones contemporáneas de los lugares turísticos	66
Capítulo dos: Bogotá como lugar turístico contemporáneo.....	72
2.1. Presentación	72
2.2 El rol del turismo en los centros urbanos contemporáneos	73
2.3 El surgimiento de Bogotá como lugar turístico contemporáneo.....	80
2.4 Los imaginarios sociales de los habitantes de Bogotá.....	100
2.4.1 Las marcas de Bogotá turística contemporánea	102
2.5 La Percepción de los turistas sobre la Bogotá turística contemporánea	111
2.5.1 Sondeo sobre los imaginarios de los turistas que visitan Bogotá.....	114
Algunas reflexiones.....	139
Capítulo tres: Los Imaginarios y las prácticas sociales de los habitantes en la ZIT Usaqué, Bogotá	142
3.1 Presentación	142
3.2 La aparición y proceso histórico de un lugar llamado Usaqué	150
3.3 La ZIT Usaqué hoy.....	156
3.4 las expresiones contemporáneas del turismo en la ZIT Usaqué.....	161
3.4.1 El pasado nos llama: lugares de lo auténtico-identitario, el eterno retorno.	163
3.4.2 Tiempos y movimientos de la ZIT Usaqué como lugar turístico contemporáneo.....	175
3.4.3 Presencias y ausencias: La tematización o recreación artificial de la ZIT Usaqué	181

Capítulo cuatro: La ZIT Usaqué Corpórea: cambios abruptos en poco tiempo.....	187
4.1 Presentación	187
4.2 La corporalidad del lugar.....	188
Capítulo cinco: La construcción imaginaria del lugar por parte de los habitantes de la ZIT Usaqué y su área de influencia	218
5.1. Presentación	218
5.2. La condición imaginaria En La ZIT Usaqué como lugar turístico contemporáneo ..	219
5.3. Los imaginarios de los habitantes de la ZIT Usaqué	225
5.3.1. Lugar: la ZIT Usaqué	230
5.3.2 Prácticas sociales de los habitantes	285
5.3.3 Otredades: interrelación con los turistas y visitantes	299
Algunas Reflexiones.....	310
Conclusiones	321
Referencias.....	332

Índice, Ilustraciones, tablas y ecuaciones

<i>Ilustración 1 Categorías de análisis de la encuesta</i>	<i>29</i>
<i>Ilustración 2 Categorías de Análisis</i>	<i>32</i>
<i>Ilustración 3 ZIT Usaquéen</i>	<i>36</i>
<i>Ilustración 4 Mapa distribución muestra.</i>	<i>37</i>
<i>Ilustración 5 Desarrollo de los lugares turísticos.....</i>	<i>42</i>
<i>Ilustración 6 Nuevas tipologías de turismo</i>	<i>64</i>
<i>Ilustración 7 Síntesis evolución enfoques y su impacto en los lugares turísticos.</i>	<i>70</i>
<i>Ilustración 8 Llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo internacional.</i>	<i>75</i>
<i>Ilustración 9 Estructura Instituto Distrital de Turismo - IDT</i>	<i>86</i>
<i>Ilustración 10 Promedio Anual Ocupación Hotelera en Bogotá.</i>	<i>90</i>
<i>Ilustración 11 Stand del Instituto Distrital de Turismo en la vitrina turística Anato 2018.</i>	<i>98</i>
<i>Ilustración 12 Instrumentos de política pública de turismo 2006 - 2018.....</i>	<i>98</i>
<i>Ilustración 13 Imágenes y marcas turísticas Bogotá 1995 – 2018:</i>	<i>107</i>
<i>Ilustración 14 Campañas turísticas Bogotá 1995 - 2018.....</i>	<i>108</i>
<i>Ilustración 15 Acentos marca Bogotá Turística 2018.....</i>	<i>108</i>
<i>Ilustración 16 Categorías de análisis de la encuesta</i>	<i>113</i>
<i>Ilustración 17 País de nacimiento</i>	<i>114</i>
<i>Ilustración 18 País de residencia</i>	<i>115</i>
<i>Ilustración 19 Tiempo de estadía en la ciudad - país</i>	<i>115</i>
<i>Ilustración 20 Lugar de alojamiento</i>	<i>116</i>
<i>Ilustración 21 Nivel educativo</i>	<i>116</i>
<i>Ilustración 22 Edad</i>	<i>117</i>
<i>Ilustración 23 Género</i>	<i>117</i>
<i>Ilustración 24 Estado civil.....</i>	<i>118</i>
<i>Ilustración 25 Ingresos mensuales</i>	<i>118</i>
<i>Ilustración 26 Imagen de Bogotá</i>	<i>119</i>
<i>Ilustración 27 Color.....</i>	<i>120</i>
<i>Ilustración 28 Sonido</i>	<i>120</i>
<i>Ilustración 29 Olor</i>	<i>121</i>
<i>Ilustración 30 Sabor</i>	<i>121</i>
<i>Ilustración 31 Sitios más representativos de Bogotá</i>	<i>122</i>
<i>Ilustración 32 Calificaciones Urbanas.....</i>	<i>122</i>
<i>Ilustración 33 Calidad de vida</i>	<i>123</i>

<i>Ilustración 34 Oferta gastronómica.....</i>	<i>124</i>
<i>Ilustración 35 Oferta mercados artesanales</i>	<i>124</i>
<i>Ilustración 36 Seguridad.....</i>	<i>125</i>
<i>Ilustración 37 Acceso y disfrute del espacio público</i>	<i>125</i>
<i>Ilustración 38 Congestión vehicular.....</i>	<i>126</i>
<i>Ilustración 39 Animación y espectáculos.....</i>	<i>126</i>
<i>Ilustración 40 Oferta de áreas verdes.....</i>	<i>127</i>
<i>Ilustración 41 Deficiencia de parqueaderos</i>	<i>127</i>
<i>Ilustración 42 Lugares de interés turístico.....</i>	<i>128</i>
<i>Ilustración 43 Shopping</i>	<i>128</i>
<i>Ilustración 44 Zonas gastronómicas</i>	<i>129</i>
<i>Ilustración 45 Nivel de precios de la ciudad</i>	<i>129</i>
<i>Ilustración 46 La más peligrosa</i>	<i>130</i>
<i>Ilustración 47 Olor</i>	<i>131</i>
<i>Ilustración 48 Con más movimiento</i>	<i>131</i>
<i>Ilustración 49 Más triste y más alegre.....</i>	<i>132</i>
<i>Ilustración 50 Para caminar</i>	<i>132</i>
<i>Ilustración 51 Más y menos organizados</i>	<i>133</i>
<i>Ilustración 52 Importancia de actividades desarrolladas</i>	<i>134</i>
<i>Ilustración 53 Percepción a la llegada de Bogotá</i>	<i>135</i>
<i>Ilustración 54 Lo que más y menos le gustó de Bogotá.....</i>	<i>135</i>
<i>Ilustración 55 Identificación con un lugar de Bogotá.</i>	<i>136</i>
<i>Ilustración 56 ¿Visitó Usaquén?.....</i>	<i>136</i>
<i>Ilustración 57 Lo que más gusto de Usaquén.....</i>	<i>137</i>
<i>Ilustración 58 Lo que menos gustó de Usaquén.....</i>	<i>137</i>
<i>Ilustración 59 Zonas con las que identificaría Bogotá</i>	<i>138</i>
<i>Ilustración 60 Costo de Bogotá</i>	<i>138</i>
<i>Ilustración 61 Expresiones de la contemporaneidad en la ZIT Usaquén.....</i>	<i>144</i>
<i>Ilustración 62 Estación de Ferrocarril de Usaquén.....</i>	<i>153</i>
<i>Ilustración 63 ZIT Usaquén.....</i>	<i>154</i>
<i>Ilustración 64 Año de las construcciones.....</i>	<i>155</i>
<i>Ilustración 65 Distribución población localidad</i>	<i>157</i>
<i>Ilustración 66 Tendencia UPZ Usaquén</i>	<i>157</i>
<i>Ilustración 67 Densidad poblacional en la ZIT Usaquén, 2015.....</i>	<i>158</i>
<i>Ilustración 68 Distribución por edades de la población de la ZIT Usaquén.....</i>	<i>159</i>
<i>Ilustración 69 Tipos de vivienda en la ZIT Usaquén</i>	<i>159</i>

<i>Ilustración 70 Actividad económica de la población de la ZIT Usaqué</i>	160
<i>Ilustración 71 Año de educación alcanzado de la población de la ZIT Usaqué</i>	161
<i>Ilustración 72 Algunos negocios que aún subsisten - ZIT Usaqué</i>	167
<i>Ilustración 73 Algunos negocios que aún subsisten - ZIT Usaqué</i>	168
<i>Ilustración 74 Hacienda Santa Bárbara, 1911</i>	169
<i>Ilustración 75 Algunas calles de la ZIT Usaqué, en la que está irrumpiendo rápidamente las dinámicas inmobiliarias y turísticas</i>	170
<i>Ilustración 76 Semana Santa ZIT Usaqué</i>	171
<i>Ilustración 77 Procesión Semana Santa - ZIT Usaqué</i>	172
<i>Ilustración 78 Peregrinos Semana Santa ZIT Usaqué</i>	173
<i>Ilustración 79 Usaqué: antigua escuela en 1926 y estructura actual en proceso de deterioro, 1998</i>	174
<i>Ilustración 80 Bienes de Interés Cultural, ZIT Usaqué, 2015</i>	174
<i>Ilustración 81 Fiestas decembrinas</i>	176
<i>Ilustración 82 Fiestas decembrinas</i>	177
<i>Ilustración 83 Espacio público en el día - ZIT Usaqué</i>	178
<i>Ilustración 84 Visitantes ZIT Usaqué</i>	178
<i>Ilustración 85 Espacio público varios sábados - ZIT Usaqué</i>	179
<i>Ilustración 86 Espacio público varios domingos ZIT Usaqué</i>	180
<i>Ilustración 87 Muestras en fachada de copias idealizadas de lugares icónicos mundiales</i>	186
<i>Ilustración 88 Variables corporalidad del lugar</i>	190
<i>Ilustración 89 Nuevos proyectos inmobiliarios</i>	191
<i>Ilustración 90 Cambios usos del suelo, 2001-2015</i>	192
<i>Ilustración 91 Variación del precio del suelo comercial 2002-2015</i>	194
<i>Ilustración 92 Variación del precio de uso residencial, 2002-2015</i>	196
<i>Ilustración 93 Valores del suelo por Mt2</i>	197
<i>Ilustración 94 Variación del área comercial y residencial construida, 2002-2015</i>	198
<i>Ilustración 95 Área construida</i>	199
<i>Ilustración 96 Frecuencia de uso predominante por lote</i>	200
<i>Ilustración 97 Cambio alturas año 2005-2015</i>	201
<i>Ilustración 98 Alturas</i>	201
<i>Ilustración 99 Cambio alturas 2005 al 2015</i>	202
<i>Ilustración 100 Trámites y usos licencias de construcción de obra nueva y remodelación</i>	204
<i>Ilustración 101 Licencias para obra nueva y ampliación por año</i>	205
<i>Ilustración 102 Nuevos centros empresariales y comerciales que cambian abruptamente la armonía arquitectónica entre las carreras 6 y 7 y entre las calles 116 y 120</i>	206

<i>Ilustración 103</i>	<i>Uso tramitado para obra nueva y ampliación</i>	<i>207</i>
<i>Ilustración 104</i>	<i>Trámite Licencia</i>	<i>208</i>
<i>Ilustración 105</i>	<i>Área construida</i>	<i>209</i>
<i>Ilustración 106</i>	<i>Norma urbana para hoteles, restaurantes y bares, 2015.</i>	<i>210</i>
<i>Ilustración 107</i>	<i>Inventario oferta turística de la ZIT Usaquéen</i>	<i>211</i>
<i>Ilustración 108</i>	<i>Hoteles y restaurantes que se encuentran actualmente en la zona y los que cerraron o cambiaron de razón social</i>	<i>212</i>
<i>Ilustración 109</i>	<i>Metodología adaptada de Silva (2006) para el análisis de los imaginarios de los habitantes de la ZIT Usaquéen</i>	<i>226</i>
<i>Ilustración 110</i>	<i>Imagen palabra con la que asocian la ZIT Usaquéen versus estrato</i>	<i>231</i>
<i>Ilustración 111</i>	<i>Sitios con los que identifican la ZIT Usaquéen versus estrato.....</i>	<i>232</i>
<i>Ilustración 112</i>	<i>Tiempo del día con el que identifican la ZIT Usaquéen versus estrato.....</i>	<i>233</i>
<i>Ilustración 113</i>	<i>Atributos con los que identifican la ZIT Usaquéen: Color versus estrato ok .</i>	<i>234</i>
<i>Ilustración 114</i>	<i>Atributos con los que identifican la ZIT Usaquéen: Sonido versus estrato</i>	<i>235</i>
<i>Ilustración 115</i>	<i>Atributos con los que identifican la ZIT Usaquéen: Olor versus estrato.....</i>	<i>236</i>
<i>Ilustración 116</i>	<i>Imagen/palabra con la que identifica la ZIT Usaquéen versus género</i>	<i>237</i>
<i>Ilustración 117</i>	<i>Sitios que identifican Usaquéen versus género</i>	<i>238</i>
<i>Ilustración 118</i>	<i>Tiempo del día que identifica a la ZIT Usaquéen versus género.....</i>	<i>239</i>
<i>Ilustración 119</i>	<i>Atributos de la ZIT Usaquéen – Color versus género.....</i>	<i>239</i>
<i>Ilustración 120</i>	<i>Atributos de la ZIT Usaquéen – Sonido versus género</i>	<i>240</i>
<i>Ilustración 121</i>	<i>Atributos de la ZIT Usaquéen – Olor versus género</i>	<i>241</i>
<i>Ilustración 122</i>	<i>calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: agradable versus estrato.....</i>	<i>242</i>
<i>Ilustración 123</i>	<i>calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: tranquila versus estrato.....</i>	<i>243</i>
<i>Ilustración 124</i>	<i>Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Segura versus estrato.....</i>	<i>244</i>
<i>Ilustración 125</i>	<i>Frecuencia de hurtos por año.....</i>	<i>244</i>
<i>Ilustración 126</i>	<i>Homicidios y hurtos 2000 -2015.....</i>	<i>245</i>
<i>Ilustración 127</i>	<i>Frecuencia de homicidios por año.....</i>	<i>246</i>
<i>Ilustración 128</i>	<i>Homicidios 2000-2015.....</i>	<i>247</i>
<i>Ilustración 129</i>	<i>Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Congestionada versus estrato .</i>	<i>248</i>
<i>Ilustración 130</i>	<i>Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación visual versus estrato</i>	<i>249</i>
<i>Ilustración 131</i>	<i>calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación auditiva versus estrato</i>	<i>249</i>
<i>Ilustración 132</i>	<i>Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación atmosférica versus estrato</i>	<i>250</i>

<i>Ilustración 133 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación por basuras versus estrato</i>	<i>251</i>
<i>Ilustración 134 Fortalezas de Usaquéen versus Estrato</i>	<i>251</i>
<i>Ilustración 135 Problemáticas de Usaquéen versus estrato.....</i>	<i>252</i>
<i>Ilustración 136 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Calidad de Vida versus estrato</i>	<i>253</i>
<i>Ilustración 137 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Oferta Gastronómica versus estrato</i>	<i>254</i>
<i>Ilustración 138 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Oferta Gastronómica versus estrato</i>	<i>254</i>
<i>Ilustración 139 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Control del uso del espacio público versus estrato.....</i>	<i>255</i>
<i>Ilustración 140 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: facilidad de uso peatonal durante el fin de semana versus estrato</i>	<i>256</i>
<i>Ilustración 141 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Facilidad de uso peatonal durante la semana versus estrato.....</i>	<i>256</i>
<i>Ilustración 142 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Animación y espectáculos versus estrato</i>	<i>257</i>
<i>Ilustración 143 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Oferta de áreas verdes versus estrato</i>	<i>258</i>
<i>Ilustración 144 Calificaciones Urbanas de la ZIT Usaquéen: Oferta de parqueaderos</i>	<i>258</i>
<i>Ilustración 145 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Fortalezas de la ZIT Usaquéen versus género.....</i>	<i>259</i>
<i>Ilustración 146 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Problemáticas de la ZIT Usaquéen versus género.....</i>	<i>260</i>
<i>Ilustración 147 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Agradable versus género</i>	<i>261</i>
<i>Ilustración 148 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Tranquilidad de la ZIT Usaquéen versus género.....</i>	<i>261</i>
<i>Ilustración 149 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Seguridad de la ZIT Usaquéen versus género.....</i>	<i>262</i>
<i>Ilustración 150 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Congestión de la ZIT Usaquéen versus género.....</i>	<i>263</i>
<i>Ilustración 151 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación visual de la ZIT Usaquéen versus género</i>	<i>263</i>
<i>Ilustración 152 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación auditiva de la ZIT Usaquéen versus género</i>	<i>264</i>

<i>Ilustración 153 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación atmosférica de la ZIT Usaquéen versus género</i>	<i>264</i>
<i>Ilustración 154 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación por basuras de la ZIT Usaquéen versus género</i>	<i>265</i>
<i>Ilustración 155 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Oferta gastronómica de la ZIT Usaquéen versus género</i>	<i>266</i>
<i>Ilustración 156 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Oferta de mercados artesanales de la ZIT Usaquéen versus género</i>	<i>266</i>
<i>Ilustración 157 Aspectos de la ZIT Usaquéen control del uso del espacio público versus género</i>	<i>267</i>
<i>Ilustración 158 Aspectos de la ZIT Usaquéen. Facilidad del uso peatonal durante fin de semana versus género.....</i>	<i>268</i>
<i>Ilustración 159 Aspectos de la ZIT Usaquéen. Facilidad del uso peatonal durante la semana versus género.....</i>	<i>269</i>
<i>Ilustración 160 Lugares de encuentro versus estrato</i>	<i>270</i>
<i>Ilustración 161 Lugares de encuentro en la ZIT Usaquéen: sitios que frecuenta versus estrato</i>	<i>271</i>
<i>Ilustración 162 Lugares de encuentro: La más peligrosa versus estrato</i>	<i>272</i>
<i>Ilustración 163 Lugares de encuentro: El olor más desagradable versus estrato</i>	<i>273</i>
<i>Ilustración 164 Lugares de encuentro: Con más movimiento versus estrato</i>	<i>274</i>
<i>Ilustración 165 Lugares de encuentro: Mayor venta callejera versus estrato.....</i>	<i>275</i>
<i>Ilustración 166 Lugares de encuentro: Más limpia versus estrato.....</i>	<i>276</i>
<i>Ilustración 167 Lugares de encuentro: Más sucia versus estrato</i>	<i>277</i>
<i>Ilustración 168 Lugares de encuentro: El más agradable versus estrato</i>	<i>278</i>
<i>Ilustración 169 Lugares de encuentro en la ZIT Usaquéen: sitios que frecuenta versus género</i>	<i>279</i>
<i>Ilustración 170 Lugares de encuentro en la ZIT Usaquéen: Sitios que frecuenta versus género</i>	<i>279</i>
<i>Ilustración 171 Lugares de encuentro: La más peligrosa versus género</i>	<i>280</i>
<i>Ilustración 172 Lugares de encuentro: El peor olor versus género</i>	<i>281</i>
<i>Ilustración 173 Lugares de encuentro: Con más movimiento versus género</i>	<i>282</i>
<i>Ilustración 174 Lugares de encuentro: Mayor venta callejera versus género</i>	<i>282</i>
<i>Ilustración 175 Lugares de encuentro: Más limpia versus género</i>	<i>283</i>
<i>Ilustración 176 Lugares de encuentro: Más sucia versus género.....</i>	<i>284</i>
<i>Ilustración 177 Lugares de encuentro: Más agradable versus género</i>	<i>284</i>
<i>Ilustración 178 Vínculos con la ZIT Usaquéen: ¿Con quién vive? versus estrato</i>	<i>285</i>

<i>Ilustración 179 Vínculos con la ZIT Usaquén: Tipo de vivienda versus estrato</i>	<i>286</i>
<i>Ilustración 180 Vínculos con la ZIT Usaquén: quiere seguir viviendo allí versus estrato.....</i>	<i>286</i>
<i>Ilustración 181 Vínculos con la ZIT Usaquén: vínculo afectivo con el lugar versus estrato..</i>	<i>287</i>
<i>Ilustración 182 Vínculos con la ZIT Usaquén: cambio positivo en la zona versus estrato....</i>	<i>288</i>
<i>Ilustración 183 Vínculos con la ZIT Usaquén: cambio negativo en la zona versus estrato ..</i>	<i>289</i>
<i>Ilustración 184 Vínculos con la ZIT Usaquén: con quién vive versus género</i>	<i>290</i>
<i>Ilustración 185 Vínculos con la ZIT Usaquén: Tipo de vivienda versus género</i>	<i>291</i>
<i>Ilustración 186 Vínculos con la ZIT Usaquén: Quiere seguir viviendo versus género</i>	<i>291</i>
<i>Ilustración 187 Vínculos con la ZIT Usaquén: Vínculo afectivo versus género.....</i>	<i>292</i>
<i>Ilustración 188 Vínculos con la ZIT Usaquén: Cambio positivo versus género</i>	<i>292</i>
<i>Ilustración 189 Vínculos con la ZIT Usaquén: Cambio negativo versus género.....</i>	<i>293</i>
<i>Ilustración 190 Tiempos, marcas y ritos en la ZIT Usaquén: actividades realizadas durante su tiempo libre zona versus estrato.....</i>	<i>294</i>
<i>Ilustración 191 Tiempos, marcas y ritos en la ZIT Usaquén: actividades realizadas durante su tiempo libre zona versus género</i>	<i>295</i>
<i>Ilustración 192 Rutinas: Desplazamiento usual en Bogotá versus estrato</i>	<i>296</i>
<i>Ilustración 193 Rutinas: Límites usuales de desplazamiento versus estrato</i>	<i>297</i>
<i>Ilustración 194 Rutinas: Desplazamiento usual en Bogotá versus género</i>	<i>298</i>
<i>Ilustración 195 Rutinas: Límites usuales de desplazamiento versus género</i>	<i>299</i>
<i>Ilustración 196 Afinidades en la ZIT Usaquén: zonas turísticas que compiten con la ZIT Usaquén en Bogotá versus estrato.....</i>	<i>300</i>
<i>Ilustración 197 Afinidades en la ZIT Usaquén: percepción de la ZIT Usaquén por los turistas versus estrato.....</i>	<i>301</i>
<i>Ilustración 198 Zonas turísticas de competencia de la ZIT Usaquén en Bogotá.</i>	<i>302</i>
<i>Ilustración 199 ¿Cómo cree usted que la ZIT Usaquén es percibida por los turistas y visitantes?</i>	<i>303</i>
<i>Ilustración 200 Zona que asocia o se identifica con la ZIT Usaquén</i>	<i>304</i>
<i>Ilustración 201 Lejanías en la ZIT Usaquén: impactos positivos del turismo versus estrato</i>	<i>305</i>
<i>Ilustración 202 Lejanías en la ZIT Usaquén: impactos positivos del turismo versus estrato</i>	<i>305</i>
<i>Ilustración 203 Lejanías en la ZIT Usaquén: afluencia de turistas genera alza de precios versus estrato.....</i>	<i>306</i>
<i>Ilustración 204 Lejanías en la ZIT Usaquén: afluencia visitantes y turistas genera cambio en el uso de suelos versus estrato.....</i>	<i>307</i>
<i>Ilustración 205 Lejanías en la ZIT Usaquén: afluencia turistas genera efecto negativo en rutina y tiempo libre en espacios públicos, del turismo versus estrato.....</i>	<i>307</i>
<i>Ilustración 206 Anhelos en la ZIT Usaquén: zonas a recuperar versus estrato.</i>	<i>308</i>

<i>Ilustración 207 Anhelos en la ZIT Usaquéen: cómo ven su futuro versus estrato.</i>	<i>309</i>
<i>Tabla 1 Distribución geográfica de la muestra</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 2 Síntesis de Anexos</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 3 Estrategias y programas del PMT</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 4 Estructura Jerárquica de los Equipamientos del Plan Maestro de Turismo</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 5 Zonas de Interés Turístico</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 7 Valores del suelo por Mt2</i>	<i>197</i>
<i>Tabla 8 Área construida</i>	<i>199</i>
<i>Tabla 6 Frecuencia de uso predominante por lote.....</i>	<i>200</i>
<i>Ecuación 1 Fórmula para cálculo de la muestra</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>

Introducción

“Pero no se trata ya ni de mapa ni de territorio. Ha cambiado algo más: se esfumó la diferencia soberana entre uno y otro que producía el encanto de la abstracción. Es la diferencia la que produce simultáneamente la poesía del mapa y el embrujo del territorio, la magia del concepto y el hechizo de lo real. El aspecto imaginario de la representación que culmina y a la vez se hunde en el proyecto descabellado de los cartógrafos de un mapa y un territorio idealmente superpuestos, es barrido por la simulación cuya operación es nuclear y genética, en modo alguno especular y discursiva”

Cultura y simulacro
(Baudrillard, 1978, pág. 6)

i. Algunos hallazgos sobre los lugares turísticos contemporáneos

El haber recorrido desde hace más de 25 años la Zona de Interés Turístico – ZIT - Usaquén en Bogotá, la ciudad en la que he vivido toda mi vida, me motivó a buscar comprender cómo puede ser un lugar tan complejo, cambiante, contradictorio y dinámico a la vez. En tan corto tiempo, la zona se ha convertido en un lugar muy atractivo para los visitantes, transformándose significativamente y produciendo una mezcla de muchas expresiones que se debaten entre lo tradicional y lo contemporáneo; entre la defensa de lo local por parte de sus habitantes y, a la vez, una relativa aceptación de parte de estos, por aquellos elementos arquitectónicos, comerciales y artísticos globales, que se viene encarnando e imponiendo en su territorio. En la ZIT Usaquén se dan diversas paradojas de los lugares turísticos contemporáneos, que se pueden analizar a través de los cambios en su corporalidad, en las prácticas sociales e imaginarios, todo lo cual encarna múltiples características del ser posmoderno o hiper moderno (Lipovetsky, 2006): la simulación, el presentismo, la efimeralidad, la búsqueda de la fantasía y el individualismo exacerbado, entre otros.

Las dinámicas turísticas que se presentan en Bogotá y en la ZIT Usaquén, permiten ampliar la lupa frente a sus contenidos sociales, simbólicos y estéticos, los cuales se pueden analizar a través de dos ejes metodológicos: la corporalidad y los imaginarios y prácticas sociales asociadas a la experiencia de los habitantes con los turistas, en este lugar – patrimonio (Van

Der Hammen & Palacio, 2006), generando nuevas intersubjetividades. Se asume esta categoría de lugar - patrimonio, dado que la zona cuenta con una mezcla de valores materiales, simbólicos, sociales y culturales, que han sido producto de la relación y las prácticas sociales actuales de sus habitantes. Además, allí se ha construido históricamente un sentido de lugar que está en permanente transformación. A ello se suma el haber sido declarada como centro histórico de importancia nacional y se constituye en un nodo articulador central de las dinámicas económicas y sociales de la ciudad.

La ZIT Usaquén no ha sido ajena a las dinámicas que se están presentando en Bogotá, la capital del país, en la que solo hasta finales de los años noventa confluyen diversas decisiones de política pública, que han aportado a su transformación y valoración como lugar turístico contemporáneo. En tan pocos años, ésta ha venido presentando un cambio paradigmático, similar al que se vienen dando en otras capitales de América Latina. El turismo pasó de ser marginal o, en algunos casos, sólo valorado como un instrumento de apoyo a la gestión cultural de las ciudades, para convertirse en una potente herramienta para operacionalizar el discurso de la competitividad global y el crecimiento económico. Sumado esto al crecimiento que se viene dando del sector en Colombia, al pasar de 2,6 millones en 2010 a 4'388.815 de turistas extranjeros y con un incremento de divisas del 68,2% en el año 2018, según reporta migración Colombia (Revista Dinero, 2018).

Diversos actores públicos y privados vienen promoviendo, además, nuevas estrategias de gestión y promoción de la ciudad, a través de la creación y posicionamiento de diversas marcas territoriales, muchas de ellas efímeras dado los rápidos cambios de gobierno. Sin embargo, estas han ayudado a potenciar los contenidos simbólicos, sociales y estéticos que se quieren mostrar desde un imaginario asociado a lo bello y deseable para disfrutar cuando se visita la ciudad. En algunos casos, estos contenidos generan un efecto de simulación, de copias de mundos fantásticos, de hiperrealidad, que se van emulando en los diversos

destinos turísticos del mundo, perdiendo la referencia a los lugares en donde se instalan, se des territorializan, cayendo en un doble juego de visibilización/invisibilización del lugar.

En los últimos años ciudades como Bogotá, han sufrido procesos acelerados de cambio, derivados del impacto de diversos paradigmas de planeación urbana, como la ciudad global, gobernable, competitiva y sostenible; los cuales influyen profundamente en sus dinámicas. Es así como el turismo, al combinar cambios materiales y simbólicos en los territorios, empieza a jugar un papel importante en los procesos de reconfiguración urbana y en su consolidación como lugares turísticos contemporáneos, en donde la variable más importante es cómo desarrollar capacidad de atracción y competir con otras ciudades a nivel regional o mundial.

Es de destacar que en el periodo analizado, 2000 – 2018, a la par con los cambios de prácticas, imaginarios y la corporalidad de la ZIT Usaquén y de Bogotá, se ha venido fortaleciendo la institucionalidad pública y de actores privados del turismo. Esto ha permitido que algunos ejes asociados a los paradigmas que impactan a las ciudades, se mantengan a lo largo del tiempo, especialmente el de competitividad. El eje de sostenibilidad, surge recientemente pero aún no es una apuesta que impacte profundamente las dinámicas de las ciudades latino americanas. Además, las apuestas toman diferentes acentos dependiendo de la postura y enfoque de los actores que lideran estos procesos.

Desde el eje de corporalidad, el proceso de gestión turística que ha vivido Bogotá en tan pocos años, desde finales de los noventa hasta la fecha, muestra cómo el crecimiento inmobiliario vinculado a la oferta hotelera, comercial, de restaurantes, bares, etc., así como la creación de zonas de interés turístico, se ha venido superponiendo especialmente a dos estructuras del componente urbano de la ciudad: la primera, se asocia con la lógica físico espacial de conglomerados económicos, producto de los procesos de crecimiento económico e inversión. La segunda, la puesta en valor turístico de los centros históricos,

como La Candelaria o Usaquén, dado su significativo valor cultural y patrimonial. En algunos casos, el turismo se convierte en un vector de los procesos recientes de revitalización urbana y de nueva puesta en valor turístico, para una demanda creciente nacional e internacional. Todo ello sumado, además, a la mejora de la imagen del país de los últimos años.

Las dinámicas que se presentan actualmente en la ZIT Usaquén y en Bogotá, evidencian una confluencia de cuatro paradigmas que han marcado los procesos de desarrollo turístico a nivel mundial en Occidente: desde la aparición de este fenómeno en el siglo XVI, pasando por el denominado turismo moderno o de masas, etapa que ha sido la de mayor impacto significativo en los lugares turísticos; la aparición del turismo alternativo como contra respuesta al masivo; hasta llegar a lo que se ha denominado como el turismo contemporáneo.

El turismo moderno se expresa actualmente y de manera concreta en lo que se ha definido en este trabajo como la corporalidad de la ZIT Usaquén. En esta, si bien no se evidencia un marcado proceso de gentrificación, si se muestra cómo los cambios de usos del suelo, se han dado de manera muy rápida, transformando el residencial hacia el comercial y de servicios en un corto periodo de tiempo: del 2000 al 2015. Además, el incremento significativo en los precios por metro cuadrado en la zona, la han convertido en una de las más costosas de la ciudad, primando las unidades de alto costo, gran escala y alta edificabilidad. Adicionalmente, varios Bienes de Interés Cultural, como el colegio General Santander, un hito histórico de la zona, amenaza ruina y varios se han derrumbado para dar paso a nuevas edificaciones.

El turismo alternativo, discurso que aparece como contra respuesta al llamado turismo masivo, se expresa en las grandes ciudades como Bogotá, a partir de apuestas por productos turísticos especializados. Las estrategias de integración urbano regional que se derivan de instrumentos de desarrollo territorial como el POT y de gestión como el Plan Maestro de

Turismo; buscan poner en valor la naturaleza que circunda la ciudad, a través del diseño de productos vinculados al turismo rural, al ecoturismo y más recientemente a circuitos de ciclo montañismo, entre otros. A través de ellos, se busca promover una gestión sostenible y responsable frente a los posibles impactos negativos de la actividad y en dónde se plantea un cambio de actores privados tradicionales, grandes inversionistas, hacia nuevos actores de arraigo local y con gran capacidad de auto gestión en estos procesos. Sin embargo, es de anotar que estos procesos son incipientes.

Los Lugares turísticos contemporáneos, como síntesis de todos los anteriores, recogen una explosión de todas las formas de valoración turística de las etapas anteriores, generando un pastiche de diversas expresiones, las cuales se encarnan en la ZIT Usaqué, con rápidas transformaciones en sus prácticas sociales e imaginarios y en la corporalidad del lugar. Es así como en este centro histórico, se dan múltiples tematizados, en los que la efimeralidad, la hiper sensorialidad, el individualismo contenidos simbólicos y estéticos asociados a una defensa de lo identitario, de su patrimonio cultural, versus nuevas encarnaciones de hitos globales, entre otras condiciones, se imponen permanentemente.

Los procesos de tematización ligados a la disneyficación aparecen como estrategias de reconversión de los destinos que han sufrido procesos de deterioro y que requieren generar nuevos valores a través de la artificialización de los lugares. Sin embargo, como se ilustra en este trabajo, en las últimas tendencias de los lugares turísticos, esta forma de valoración la están aplicando muchos destinos emergentes en América Latina y en Colombia, superponiendo de manera abrupta sobre valores históricos y territoriales, artefactos ficcionales o hitos globales, que en varios casos en nada dialogan con el lugar, por el contrario, lo niegan. Lo que se evidencia además en los lugares turísticos contemporáneos, es un holograma en permanente movimiento y cambio, en donde la experiencia turística media entre los sujetos que interactúan con el lugar y con quienes le habitan, expresándose

en cambios en su corporalidad, en las prácticas sociales e imaginarios, todo lo cual juega en su construcción y deconstrucción permanente.

A la par con estos procesos, surgen propuestas contemporáneas alternativas, que promueven nuevos itinerarios asociados al arte público, el grafiti, los recorridos en bicicleta, la visita a zonas de miedo o zonas de pobreza, rutas culinarias..., etc. Así mismo, se concretan nuevas narrativas asociadas ya no tanto a un discurso de lo formalmente bello, sino a imaginarios del miedo, la transgresión, el riesgo, etc., visibilizando nuevos hitos culturales urbanos que son rescatados de la ciudad subterránea e invisible, y que no son reconocidos desde el discurso oficial. Algunos tures surgen desde aproximadamente el 2011, resaltando por ejemplo, los diversos tipos de graffiti, los materiales utilizados, el mensaje político o social que hay detrás de ellos, incluyendo recorridos a pie o en bicicleta. Especialmente se visitan los que aparecen en el centro histórico de La Candelaria. Así mismo, aparecen ofertas experienciales gastronómicas en las que se comparte la elaboración y degustación de platos en las casas de los habitantes de la ciudad, entre otras ofertas.

Es de anotar que, si bien se plantean unos hitos históricos en el surgimiento de estos paradigmas, en la actualidad en diversas zonas del planeta y particularmente en ciudades como Bogotá y en la ZIT Usaqué, se presentan de manera simultánea. Estos generan múltiples lógicas y contenidos sociales, simbólicos y estéticos, dando como resultado unas formas de percepción de los habitantes frente a la valoración de sus lugares de vida, muy complejas y dinámicas, las cuales se mueven entre la defensa de ese pasado bucólico, versus la aceptación del cambio y la convivencia con el futuro.

Otro aspecto que caracteriza los llamados lugares turísticos contemporáneos, es la creación de un imaginario asociado a la proyección de un “aura”, una atmósfera particular, una especie de mezcla entre valores tangibles e intangibles que dan como resultado la creación de una capacidad de atracción para propios y visitantes, todo lo cual aporta a su

posicionamiento global. En la ZIT Usaqué, los habitantes sienten un gran vínculo afectivo con su lugar y valoran significativamente la calidad de vida, los nuevos usos del espacio público que se concretan en el derecho a utilizar la plaza central o fundacional, así como la nueva oferta comercial, de bares, restaurantes y cafés. Esa aura entonces, es valorada por propios y visitantes, como la contemporaneidad a la cual todos tienen derecho a usufructuar, si bien expresan gran desacuerdo con los grandes cambios inmobiliarios que se están presentando allí.

En términos del nuevo urbanismo que ha propuesto Silva (2007), el análisis de las expresiones contemporáneas de la ZIT Usaqué, permite evidenciar que el turismo genera tensiones colectivas y psicológicas, a partir de las marcas físicas que se van configurando sobre el lugar, y los deseos invisibles, o el lugar imaginado por sus habitantes. Los croquis afectivos de los locales, permiten evidenciar desde una perspectiva subjetiva, las diversas formas como estos se están adaptando, re apropiando y defendiendo su lugar.

A través de lo que expresan los habitantes, también se puede rastrear cómo la temporalidad de los lugares turísticos contemporáneos no es lineal, no registra un pasado, presente y futuro en etapas claramente delimitadas y definidas. Por el contrario, los imaginarios encarnan una mezcla de deseos asociados a un preservar y recuperar el pasado, pero simultáneamente una aceptación del cambio, que se manifiesta en las nuevas expresiones arquitectónicas, como los centros comerciales, los restaurantes, bares, etc., como apuestas estéticas del turismo; creando en los sujetos una dialéctica permanente de anhelos contradictorios. Se rechaza y se acepta, y los habitantes son permeables a las nuevas dinámicas, cambiando sus imaginarios, proyectando nuevos sentidos y significaciones, en la medida en que los mismos se van dando de manera abrupta en el lugar.

Según Durand (2007), en la construcción imaginaria de los habitantes de los lugares turísticos contemporáneos como la ZIT Usaqué, se evidencia cómo entran a jugar dos

formas de representarse el mundo: la directa, constituida por diversas formas de percepción o sensación; y la indirecta, a través de la imaginación, la representación y la memoria. Las variables propuestas a partir de la adaptación de la metodología de Silva (2006) evidencian una amalgama de sentimientos, deseos, sensaciones, temores y anhelos frente a los dinámicas y prácticas turísticas de aparición reciente, que se encuentran en constante cambio y en las que se presenta una incertidumbre frente al futuro.

Las dos categorías propuestas por Durand, nos ayudan a comprender las diversas expresiones simbólicas que se están dando en los lugares turísticos contemporáneos. En relación con los gestos que se expresan como símbolos rituales, los turistas han aprehendido una particular manera de relacionarse con los destinos turísticos y con sus habitantes. Los marcadores de los atractivos turísticos más representativos deben ser captados por la cámara fotográfica, de tal manera que se estandarizan los itinerarios y las prácticas turísticas son emuladas por todos aquellos que visitan un lugar en particular: Echar la moneda en la fuente si se quiere volver al sitio, tocar la imagen de un santo famoso que es visitado por un milagro en particular, tomar el café en el sitio que fue visitado por algún famoso artista, etc. En la ZIT Usaqué, como lugar turístico contemporáneo se expresan algunas rutinas asociadas a la estandarización de las prácticas turísticas: un itinerario demarcado por la puesta en escena de los mercados de artesanos a lo largo de ciertas calles, la localización de restaurantes de marca en determinadas zonas, en las que se concentra una oferta que está de moda y que por lo tanto, los turistas no pueden dejar de visitar, convirtiéndose en una visita rutinaria y repetitiva que establece las pautas de entrada y salida: un rito del lugar.

Este breve recuento sobre algunos de los hallazgos más importantes, relacionados con las expresiones de los lugares turísticos contemporáneos, es una invitación a tomar esta investigación como una aproximación al análisis del turismo como un nuevo y retador campo de estudio, a partir de categorías transversales a las ciencias sociales que se entretejen en nuevas formas de sentir y ser con el lugar: la corporalidad, los imaginarios y las prácticas

sociales. Se busca comprender, cómo se están dando estas dinámicas en la actualidad, dejando abiertas preguntas y ejes problemáticos de exploración a futuro, sobre una temática que nos puede ayudar a comprender un mundo cada vez más complejo, en donde lo urbano, como indica Silva (2014), se constituye en una condición de las subjetividades y en ello no coincide con la ciudad física.

Es importante mencionar, que este trabajo trata de abordar los estudios sociales, no desde rincones de defensa disciplinar puristas que han sido el sesgo dejado por la modernidad, sino desde categorías que tratan de dialogar entre sí, buscando construir puentes a partir de un nuevo campo de investigación como es el turismo, ya no como el espectáculo del consumo y los tures, sino como una gran variedad de modos de expresión de la contemporaneidad urbana, por lo cual se vuelve de interés, empezando a ocupar los estudios sociales y estéticos. Así mismo, enriquecen y abren múltiples vértices, las categorías de lugar y los imaginarios. La primera, que ha sido propuesta por la geografía humanística, confluye con el campo de dichos imaginarios, al nutrirse ambas de la fenomenología, la filosofía y la hermenéutica. Pueden constituirse en puentes y ejes transversales para los nuevos estudios sociales. Es el caso de las perspectivas que se están abriendo desde miradas más renovadas desde los nuevos estudios culturales, desde la geografía, la arquitectura, la semiótica, la antropología, etc. Particularmente considero que aportan a construir una nueva e innovadora forma de abordar y aprehender la realidad y las subjetividades.

ii. Categorías de análisis

Este trabajo de investigación busca comprender cómo se están configurando los lugares turísticos contemporáneos, a partir del análisis de Bogotá y particularmente de una de las Zonas de Interés Turístico más importantes de la ciudad: la ZIT Usaquén. Para ello, se abordan dos ejes metodológicos: la corporalidad del lugar y las prácticas sociales e imaginarios de los habitantes en relación con las dinámicas turísticas. A continuación, se plantea una aproximación a las categorías de análisis más importantes para el desarrollo de la tesis.

El debate sobre la categoría de espacio que se construyó durante más de cuatrocientos años de modernidad y que estableció que aquel era pre - dado, estático y a priori a los sujetos, inspiró nuevas formas de comprender el mundo desde visiones más sistémicas. El reconocimiento que el lugar es proceso de cambio continuo con y para los sujetos y que su transición se da justamente en el cambio cultural sobre la concepción de la relación entre tiempo y espacio (Tuan, 1977), configura una reestructurada geografía histórica y social, en la cual resurge esta perspectiva, que antes había sido considerada solamente, como compartimentalización y resultado de aquel espacio material.

La geografía humanística ha dado las bases para la comprensión desde la fenomenología, de la categoría de **lugar**, la cual ha sido inspirada por corrientes filosóficas. En este sentido, los procesos culturales y las prácticas sociales toman vital importancia en la comprensión de los lugares como sistemas simbólicos complejos, dinámicos para quienes los habitan o en el caso del turismo para quienes también los visitan, y a partir de la interacción social, se construyen nuevos sentidos y significados, nuevas formas de ser en y con el lugar. Esta perspectiva fenomenológica enriquece la comprensión del lugar turístico, en donde la experiencia va a mediar en las relaciones intersubjetivas que se construyen entre los involucrados - turistas y habitantes -, expresándose a través de diversos imaginarios y prácticas sociales, en el que el lugar es corporeizado, nominado, vivido y experimentado.

Esta nueva perspectiva de análisis surge desde los años setentas, basándose en la fenomenología, la hermenéutica y la teoría social, particularmente en lo relacionado con la percepción, el significado, la experiencia y la invención; desde la cual se han propuesto creativos y renovados abordajes sobre el sentido y el Ser del lugar (Tuan, 2005). Desde este enfoque, lo experiencial es determinante en la construcción de nuevas intersubjetividades; entre ellas las que se derivan de las prácticas turísticas. Esta categoría aporta a la comprensión de los lugares como sistemas simbólicos complejos, dinámicos para quienes los

habitan o en el caso del turismo para quienes también los visitan, y a partir de la interacción social se construyen nuevos sentidos y significados, nuevas formas de ser en y con el lugar, en los que el arte también se está transformando en nuevas formas de estética de los lugares turísticos. Es por ello que en este trabajo se asume dicha categoría para el análisis transversal de dichos lugares, desde los ejes metodológicos de corporalidad, prácticas e imaginarios sociales y su aplicación y análisis a la ZIT Usaquéen.

El eje de **corporalidad** se propone como una expresión material de las inter subjetividades y en el cual se encarnan imaginarios asociados a las formas y funcionalidad del lugar, dando cuenta de cómo estos cambian con los sujetos que le habitan, se transforman según sus prácticas sociales, pero también a partir de decisiones de actores públicos y privados. En muchos casos, como en la ZIT Usaquéen, estos cambios no son abierta e integralmente planificados de arriba hacia abajo, pero si son afectados por tendencias globales del modelo económico imperante, o como resultado de paradigmas como el de competitividad, lo cual va generando una nueva forma de apropiación por parte de agentes económicos externos, proyectos inmobiliarios, nuevas actividades comerciales, etc.

El campo de los **imaginarios** es relativamente nuevo. Particularmente el trabajo de Silva aparece a inicios de los noventas en América latina, si bien ya las bases fundantes de este tema se habían dado desde la filosofía. En este sentido, si bien se centra en los contenidos simbólicos que construyen los habitantes a través de sus diversos modos de percepción de la realidad, dichos imaginarios se encarnan en artefactos, en los cambios corpóreos o materiales, en espacios concretos y se encuentran en permanente cambio. Los imaginarios además dan cuenta de una forma de “imaginar” el lugar, que puede ayudar a comprender la dialéctica que se está presentando en los lugares turísticos contemporáneos y que se mueve entre la búsqueda de una mayor rentabilidad económica y la imposición de lo global sobre lo local, versus otras formas de valor simbólico asociadas al sentir de sus habitantes, hoy

finalmente son entendidos como una categoría cognitiva y estética de ver el mundo (Silva A. , 2014).

Hiernaux y Lindon (2012), en un valioso esfuerzo por construir “intersecciones” entre lo imaginario y sus manifestaciones en lo territorial o espacial, recogen y ponen en diálogo diversas y heterogéneas perspectivas y aproximaciones sobre la construcción imaginaria. Los autores plantean que la aproximación a la temática desde la geografía, permite la articulación entre diversas escalas de análisis y entre lo material e inmaterial, otorgándole una dimensión social a lo espacial. Para ello, definen los imaginarios como “tramas de sentido extensas y complejas” (Hiernaux & Lindón, 2012, pág. 16), de esencia inmaterial pero que se materializan en lo que han denominado: “los imaginarios espaciales” (pág. 17).

Hiernaux (2002) define los **imaginarios turísticos** como: “El conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado. La representación que el imaginario elabora de un proceso, es construida a partir de imágenes reales o poéticas (inmersas en el campo de la fantasía). Variable y distendido, el imaginario es una construcción social –al mismo tiempo individual y colectiva- en permanente remodelación, una suerte de edificio mental que nunca se termina ni se terminará de ampliar o remodelar” (pág. 8). Por lo tanto, para el autor, el imaginario turístico es complejo, dinámico y cambiante en el tiempo, surge como resultado de las experiencias e interacciones de los sujetos y se construye a través de las representaciones, los sueños, las fantasías, etc. El imaginario, además es el resultante de lo que el autor denomina como “idearios”, los cuales son resultante de “sistemas de valores, propios a una sociedad dada” (2002, pág. 10). El autor plantea cuatro tipos para la llamada sociedad occidental: “La conquista de la felicidad, el deseo de evasión, el descubrimiento del otro y el regreso a la naturaleza” (2002, pág. 12).

En el **lugar turístico contemporáneo** se generan diversas **prácticas e imaginarios sociales**, generando nuevas intersubjetividades y creando nuevos sentidos de lugar. Por tanto, este se

propone como resultado de un proceso de cambio de la cultura contemporánea que se ha movido de lo moderno a lo posmoderno expresándose como de – diferenciación. Como resultado de ello, uno de los procesos más importantes es el del turismo mediatizado en el que la economía de signos es la determinante para las prácticas turísticas asociadas a la producción y el consumo. Urry y Larsen (2011), Plantean que la mirada del turista en los lugares que visita, es cambiante, se expresa como prácticas corporeizadas y depende además de relaciones materiales, así como de discursos y signos. En este contexto los lugares conviven y se expresan en una permanente dialéctica que se podría tipificar en dos grandes tendencias, la búsqueda de lo auténtico o identitario y la artificialización o tematización de los lugares, lo cual se recoge claramente en la ZIT Usaquéen.

Para efectos de este trabajo se asumen entonces los **imaginarios turísticos** como las diversas formas en que los turistas, con su carga subjetiva, valores, percepciones, emociones y sistemas de creencias, aprehenden los contenidos simbólicos y materiales de los lugares que sueñan, desean o finalmente visitan temporalmente. Este proceso de construcción imaginaria es dinámico, cambiante, se moldea permanentemente de acuerdo con las experiencias de los turistas con el lugar y con sus habitantes y es re resignificado a partir de múltiples contenidos que se proyectan a través del cine, la literatura, las redes sociales, el voz a voz y los medios de comunicación, entre otros. Si bien dichos imaginarios son construcciones subjetivas, son compartidos por grupos sociales que se identifican con estos sistemas simbólicos complejos.

Por último, es importante aclarar que, para el análisis de los lugares turísticos contemporáneos, se asume como **turistas** aquellos sujetos que están motivados a visitar temporalmente un lugar y que a través de sus experiencias y prácticas turísticas median con los habitantes y con el lugar que visitan, llevando consigo una carga imaginaria que complejiza estos encuentros. No menos importante comentar que el **habitante** está en relación directa con sus experiencias cotidianas en la ciudad, con los otros sujetos y con el

lugar, y en el que su carga imaginaria, sueños, proyecciones, anhelos, miedos, expectativas dialogan de manera permanente, deconstruyéndose y reconstituyéndose día a día.

iii. Metodología

Es importante aclarar que en los cinco capítulos se hace el análisis teórico y metodológico de fuentes secundarias pertinentes para cada uno de los ejes temáticos abordados. Como se explicó anteriormente, no se trata de defender una postura desde una disciplina social en particular, sino de comprender los procesos contemporáneos de los lugares turísticos, a partir del diálogo entre varias categorías, con las implicaciones, alcances y limitaciones que este ejercicio pueda conllevar.

En el capítulo uno, a partir de la consulta y análisis de diversas fuentes secundarias, se plantean cuatro paradigmas que han impactado los lugares turísticos, en los que, si bien hay unos hitos históricos para su aparición, no es una pretensión, plantear una lectura lineal del fenómeno. Por el contrario, lo que se busca es comprender la gran complejidad de los procesos turísticos que ayuden a comprender sus dinámicas contemporáneas.

En relación con el análisis sobre Bogotá, que se presenta en el capítulo dos, se consultó a través de fuentes secundarias, los principales instrumentos de política pública de la ciudad, y sus diversas apuestas en el periodo de análisis, 2000 - 2017, dado que a partir de este año se concretan decisiones e instrumentos de gestión, que van a dar como resultado varias decisiones estratégicas sobre la proyección y contenidos simbólicos de la ciudad como lugar turístico contemporáneo. Se complementó este análisis con dos entrevistas en profundidad que se adelantaron con dos líderes clave del proceso: la gestora que ideó la conformación del Instituto Distrital del Turismo de Bogotá y quien actualmente es asesora del mismo, Clara Inés Sánchez, y la Subdirectora de Gestión de Destino, Rosa Margarita Figueredo, quien

estuvo vinculada al IDT desde su creación hasta el año 2012, pero que ha seguido apoyando algunos proyectos de esa institución y ha jugado un papel clave en el diseño de los tres documentos de políticas públicas de la ciudad, así como en el diseño del Plan Maestro de Turismo y el estudio técnico de señalización turística, entre otros.

Se complementa el análisis de Bogotá, con la percepción que tienen los turistas sobre la misma, desde la perspectiva de los imaginarios y las prácticas sociales. Para ello, se adelantó un sondeo dirigido a 150 personas que visitaron la ciudad en diciembre de 2016, para lo cual se consideraron únicamente a aquellos no residentes nacionales e internacionales. Los no residentes en conexión no visitan la ciudad, por lo tanto, no fueron incluidos. Además, se consideró a aquellos que visitaron la ciudad motivados por recreación y vacaciones, así como negocios y trabajo. No se incluyeron los que vienen a visitar a familiares y amigos. En este sentido, el sondeo se centró en cuatro categorías que se adaptaron de la metodología de Silva (2006), más el perfil socio económico:

Ilustración 1 Categorías de análisis de la encuesta



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a turistas, diciembre de 2016.

En relación con la categoría de **imaginarios**, se indaga sobre las percepciones de los turistas en relación con lo sensorial de la ciudad, sus sonidos, colores, sabores y aromas, así como las marcas identificatorias de la ciudad turística, o lo que denomina Maccannell (2003), como

los marcadores del lugar: los principales hitos o atractivos que son fácilmente identificables por ellos, a través de lo sensorial.

Las **calificaciones urbanas**, hacen alusión a las formas de valoración de los turistas en relación con ciertas cualidades de la ciudad, identificando como esta se presenta ante esos otros, y como estos otros la perciben y la representan. Estas calificaciones también establecen una relación, un vínculo entre los sujetos turistas y el lugar que visitan.

Los **lugares de encuentro** se refiere a la forma como los turistas perciben ese lugar visitado, construyendo unas formas particulares de apropiarlo, unos croquis de los sujetos frente a su forma de sentirlo y cómo lo recuerdan. En el caso de las visitas turísticas, se expresan en rutas, itinerarios, circuitos, actividades disfrutadas, o partículas del lugar que son puntualmente visitadas. Es importante mencionar que en este aspecto se establece una profunda relación entre lo que se muestra, promociona y adecúa del lugar, con los sujetos que le visitan.

Por último, **los tiempos, marcas y ritos** busca conocer cómo los turistas disfrutan de la ciudad, las principales actividades que les gusta hacer, qué lugares visitan más, a partir de como el lugar se muestra y como ellos lo perciben, interpretan y apropian.

En el capítulo tercero, se adelantó un análisis de fuentes secundarias, para comprender cómo fue el proceso histórico que dio surgimiento a lo que hoy en día es la ZIT Usaqué. Así mismo, se adelantaron visitas periódicas entre el 2014 y el 2018, para hacer levantamiento fotográfico e identificar prácticas sociales asociadas al uso, rutinas e itinerarios de habitantes y turistas durante la semana como el fin de semana, así como en navidad, dada la dinámica de alta concentración de personas en estos periodos, para finalmente, proponer una interpretación de sus expresiones como lugar turístico contemporáneo.

De otra parte, se adelantó un análisis sobre la corporalidad del lugar en la ZIT Usaquén, a partir de los procesos de usos del suelo, que se han dado en el periodo 2000 - 2015, el cual se presenta en el capítulo cuatro. El objetivo fue identificar con base en datos del Dane, La Unidad Especial de Catastro Distrital que se consultaron en el 2016, los principales cambios en sus componentes tangibles o materiales, análisis que es presentado gráficamente en mapas elaborados en sistema Arcgis de esri, versión 10.4, en los que se georreferencian los datos en una escala 1:5000, algunas de las siguientes variables: cambios en alturas, cambios del uso residencial al comercial, precios del metro cuadrado e impacto en cambios en usos en los Bienes de Interés Cultural y datos demográficos de distribución de la población, entre otras.

Así mismo se solicitó la base de datos de la Cámara de Comercio de Bogotá sobre los establecimientos de alojamiento y servicios de comida ubicados en la ZIT Usaquén, comprendida desde la calle 114 hasta la calle 127, entre la carrera 9 y la carrera 5, para el año 2016.

Se complementa dicho análisis con la consulta a través de prensa en ese periodo, de los cambios en el mercado inmobiliario, en precios reales de valor de los inmuebles por estrato y metro cuadrado. Se evaluó también a partir de los datos reportados por el Centro de Estudio y Análisis en Convivencia y Seguridad Ciudadana, CEACSC, de la Secretaría de Gobierno, los indicadores relacionados con este aspecto, que se contrastan con la percepción del mismo por parte de sus habitantes. Con base en el inventario existente en páginas web y en directorios de servicios turísticos, se identificó la oferta de hoteles y restaurantes para su geo referenciación.

El análisis de la corporalidad de la ZIT Usaquén, se complementa con el abordaje de los imaginarios y prácticas sociales de sus habitantes, el cual se desarrolla en el capítulo cinco, a partir de la combinación de fuentes secundarias y primarias. Se aplicó una encuesta a los

habitantes de la ZIT Usaqué y su área de influencia, para lo cual se propusieron las siguientes categorías:

Ilustración 2 Categorías de Análisis



Fuente: Elaboración propia con base en el diseño de la encuesta, basada en la metodología de Silva (2006)

El lugar:

Para la ZIT Usaqué, se identifica como aquel en el que sus habitantes establecen profundos vínculos, dada su cotidianeidad, sus prácticas sociales de tiempo libre, tiempo de trabajo, desplazamientos y actividades que en general desarrollan allí. Esta categoría a su vez se subdividió en tres sub categorías:

Cualidades urbanas: La primera se enfoca en comprender e identificar la manera como los habitantes, perciben sienten y aprehenden ciertas características que les permiten de manera subjetiva vivenciar su lugar a través de imágenes, hitos, colores, olores y sabores; captar los tiempos del día con los que identifican el lugar y los principales sitios con los que más se identifican.

Calificaciones urbanas: La segunda subcategoría busca captar las percepciones y emociones de los habitantes sobre la manera como el turismo está impactando o no su lugar de vida. Estas calificaciones conllevan una calificación subjetiva, bien sea positiva o negativa, así como la manera como ellos captan las fortalezas y problemáticas asociadas a contaminación auditiva, visual, por congestión, etc., que el turismo pueda o no estar generando. En estas

calificaciones también se considera la manera como ellos jerarquizan en orden de importancia las fortalezas y problemáticas que pueda tener su lugar, y la gestión de algunos aspectos relacionados con servicios y facilidades que pueden llegar a afectar su calidad de vida.

Lugares de encuentro: La tercera sub categoría se enfoca en la identificación de los lugares de encuentro de los habitantes, aquellos que frecuenta socialmente, las calificaciones sobre sitios puntuales asociados al miedo, a la seguridad, al más o menos agradable, a aquellos vinculados con buenos o malos olores, etc. Estas cualidades también denotan sus mapas perceptuales sobre las maneras diversas de moverse e identificar sus espacios, construyendo múltiples croquis urbanos.

Prácticas sociales de los habitantes

Las prácticas sociales se refieren a maneras particulares con las que en este caso se identifican los habitantes de la ZIT Usaqué, que obedecen a procesos de adaptación colectiva, las cuales son recurrentes, pero a la vez son dinámicas, se modifican permanentemente dados los procesos de cambio cultural a los que se ven enfrentados las sociedades contemporáneas. Esta categoría se divide en tres sub categorías:

Los vínculos con el lugar: está asociada a los vínculos con el lugar, desde la perspectiva de su morada, de su hogar o el lugar en donde vive, con quien habita, si es un lugar propio o no, si quiere seguir viviendo en la zona, su grado de lazo afectivo con el sitio y cómo percibe sus cambios más significativos de los últimos quince años.

Tiempos, marcas y ritos en el lugar: La segunda sub categoría busca conocer cómo los habitantes disfrutan de su tiempo libre, a través de las principales actividades que les gusta

hacer en la zona, qué lugares visitan más, a partir de como el lugar se muestra y como sus habitantes lo perciben e interpretan.

Rutinas: asociada también a los croquis urbanos, en los que se busca comprender cómo los habitantes se desplazan habitualmente, cómo conciben los límites simbólicos de esos desplazamientos en la zona, cómo conforman sus propias trayectorias sobre su lugar.

Otredades: interrelación con los turistas y visitantes.

En esta última categoría, se busca comprender cómo los habitantes se imaginan que los ven los de otros lugares, cómo califican las prácticas turísticas en el lugar y a los turistas, aquel que llega a ocupar su lugar de vida para compartirlo, disputarlo o usurparlo. Es el punto de vista del habitante con el lugar que habita, sueña, vive, en relación con aquel que llega a experimentar su sitio, generando nuevas dinámicas y prácticas sociales en este. Esta perspectiva se basa además en el enfoque de la geografía humanística al asumir a ese otro, como aquel que ocupa temporalmente mi lugar de vida: el turista, dado que quien lo habita es quien lo defiende, sueña, y genera vínculos y sentidos de y con ese lugar. Se plantea entonces a ese otro como el extraño o turista desde la defensa del lugar – patrimonio que proponen Van Der Hammen y Palacio (2006).

Las prácticas turísticas han generado una presencia permanente de personas “extrañas” al lugar, esos “otros”, los cuales le visitan de manera temporal, pero al llegar de manera masiva y sistemática durante los fines de semana, han venido generando profundos cambios y transformaciones en la zona. En esta categoría se busca comprender cómo perciben los habitantes a esos Otros, los turistas (aquellos que pernoctan allí) y los visitantes (aunque no pernoctan visitan la zona por un periodo corto de tiempo). Esta categoría esta a su vez sub dividida en tres subcategorías.

Afinidades: se busca identificar cómo los habitantes perciben su lugar en función de otros lugares de la ciudad y del mundo. Para ello, se indaga por aquellos que les generan competencia, y cómo creen que es percibida por los turistas, buscando captar adjetivaciones asociadas a valores positivos o negativos sobre el lugar.

Lejanías: busca comprender el grado de satisfacción de los habitantes de la ZIT Usaquén frente a las prácticas turísticas, en las que lo experiencial media entre unos y otros. Para ello se indaga sobre su percepción frente a los posibles impactos que genera la llegada masiva de esos Otros, los cambios y transformaciones en la corporalidad del mismo y en sus prácticas cotidianas de trabajo y tiempo libre.

Anhelos: busca captar los deseos profundos de los habitantes, asociados a una perspectiva de lo posible, de la captación de anhelos asociados al pasado y cómo sueñan a futuro su lugar de vida.

Se establecieron unos límites geográficos, teniendo en cuenta la zona de Interés Turístico que se delimitó en el Plan Maestro de Turismo (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2011), así como las dinámicas comerciales, de concentración de oferta de restaurantes, la ubicación del centro comercial Hacienda Santa Bárbara, los mercados de artesanos y los principales itinerarios que se hacen allí, por parte de los turistas. La ZIT Usaquén tal y como se delimita a continuación, es el lugar en el que se abordó en mayor profundidad el análisis como lugar turístico contemporáneo, desde los ejes metodológicos de corporalidad, imaginarios y prácticas sociales.

Ilustración 3 ZIT Usaquén



Fuente: Elaboración propia con base en el Plan Maestro de Turismo (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2011).

La fórmula que se aplicó para el cálculo de la muestra, fue la siguiente:

Ecuación 1 Fórmula para cálculo de la muestra:

$$\frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))}$$

Donde:

N=	Tamaño de la población
E =	Error
C=	Confianza

Se calculó el tamaño de la muestra en función de la población de la localidad de Usaquén, que era de 407.908 habitantes según la proyección de la Secretaría de Planeación Distrital para 2016, con un error del 6% y un nivel de confianza del 92%. Se obtuvo un tamaño muestral de 213 encuestas. Se realizaron en total 216, todas con habitantes de la localidad. Una vez se aplicó la encuesta, se georreferenciaron las direcciones que dieron los encuestados, para así localizarlas y evidenciar la proximidad de las mismas con el área de estudio:

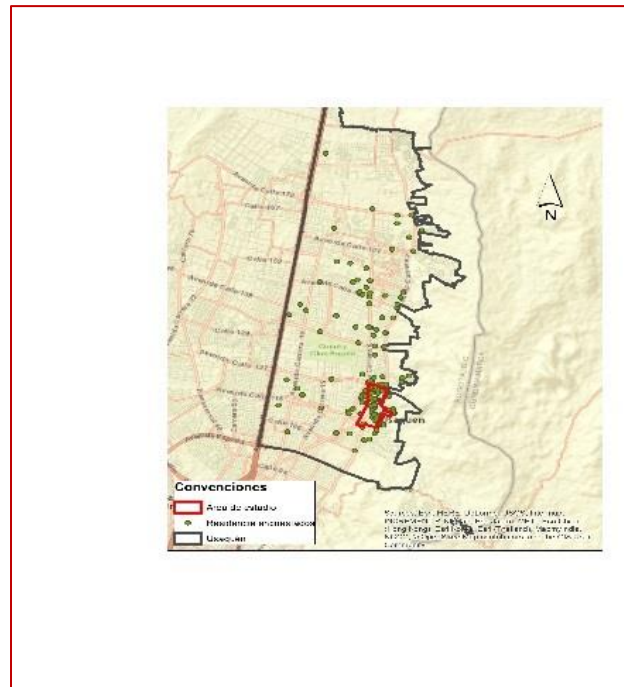
Tabla 1 Distribución geográfica de la muestra

Dentro de la zona	26%
A menos de 500 metros	41%
Entre 501 a 2000 metros	34%

Fuente: Elaboración propia, septiembre de 2017.

La zona delimitada en la cual se aplicaron las encuestas es la siguiente:

Ilustración 4 Mapa distribución muestra.



Fuente: elaboración propia con base en datos de Catastro Distrital, 2016

A continuación, se presenta la relación de anexos, cuya información fue base para el análisis en los capítulos correspondientes.

Tabla 2 Síntesis de Anexos

Núm.	Nombre anexo	Capítulo en el que se presenta el análisis
1.	Entrevista en profundidad Rosa Margarita Figueredo.	Capítulo dos
2.	Entrevista en profundidad Clara Inés Sánchez	
3.	Sondeo a turistas que llegaron a Bogotá diciembre 2016.	
4.	Frecuencia encuesta turistas	
5.	Datos Dane	Capítulo tres
6.	Alturas y años	Capítulo cuatro
7.	Usos Usaquéen	
8.	Licencias de construcción otorgadas	
9.	Clasificados Usaquéen	
10.	Datos históricos seguridad	
11.	Encuesta habitantes de la ZIT Usaquéen	Capítulo cinco
12.	Base para cálculo de la muestra	
13.	Base encuesta habitantes ZIT Usaquéen	
14.	Gráficas cálculos encuesta habitantes ZIT Usaquéen	
15.	Cruces Encuesta habitantes ZIT Usaquéen por variables género y estrato	
16.	Análisis univariado de la encuesta a habitantes de la ZIT Usaquéen	

Fuente: Elaboración propia, 2018.

iv. Estructura del trabajo

El trabajo se ha estructurado en cinco capítulos los cuales se describen brevemente a continuación.

En el capítulo uno, se presentan algunos antecedentes y se hace un análisis sobre los procesos que han marcado el desarrollo de los lugares turísticos, su aparición en la llamada modernidad y cómo se expresa actualmente en la contemporaneidad. Se presentan cuatro paradigmas relacionados con las formas de valoración histórica de los mismos, que permitirán comprender las diversas expresiones del fenómeno turístico: el primero

relacionado con el Grand Tour; El segundo que da surgimiento al turismo moderno; El tercero, con la aparición del turismo alternativo; y el último referido a sus expresiones contemporáneas.

El análisis de algunas tendencias globales de los centros urbanos y su impacto en la construcción imaginaria y en la actual configuración de las ciudades, se presenta en el capítulo dos, en donde el turismo se ha convertido en un instrumento de apoyo para la proyección de las mismas como centros de atracción internacional, a través del diseño de estrategias de competitividad turística. Posteriormente, se revisa cómo, diversos instrumentos de política pública en el periodo 2000 – 2017, proyectan Bogotá como un lugar turístico contemporáneo, en donde los actores políticos han jugado un papel fundamental en su gestión, dando como resultado una mezcla de dinámicas del lugar, las cuales recogen diversos proyectos en los que se ha soñado y construido la ciudad y que aportan a la consolidación de la misma como lugar turístico contemporáneo. Por último, en este capítulo se complementa dicho análisis, con los imaginarios de los turistas cuando visitan la capital.

Una vez se ha indagado en la Bogotá turística contemporánea, en los siguientes tres capítulos, se analiza a profundidad la ZIT Usaqué, uno de los centros históricos fundacionales, que en los últimos años se ha convertido en una de las zonas más visitadas de la ciudad en el fin de semana. El capítulo tercero se ha estructurado así: se aborda la categoría de lugar y cómo se expresa en la ZIT Usaqué; se analizan algunos hitos históricos que han ayudado a la configuración de la zona; y, por último, se ilustran sus dinámicas turísticas actuales, las cuales recogen algunas de las expresiones de la contemporaneidad que revisábamos en el primer capítulo. Para ello, se desarrollan los siguientes ejes temáticos: El pasado nos llama: lugares de lo auténtico identitario, el eterno retorno; Tiempos y movimientos del lugar turístico: premodernidad y modernidad en el presente; y Presencias y ausencias: la tematización o recreación artificial de los lugares turísticos.

En el capítulo cuatro, se analiza los componentes físico espaciales asociados a la corporalidad de la ZIT Usaqué, en los que se evidencia los cambios y transformaciones abruptas que ha sufrido la zona en el periodo 2000 – 2015. Por último, en el capítulo cinco, se hace primero una introducción al enfoque de imaginarios, para posteriormente, presentar los resultados correspondientes a la encuesta aplicada a los habitantes de la ZIT Usaqué, a partir de tres categorías de análisis: el lugar, las prácticas sociales de los habitantes y las otredades: interrelación con los turistas y visitantes.

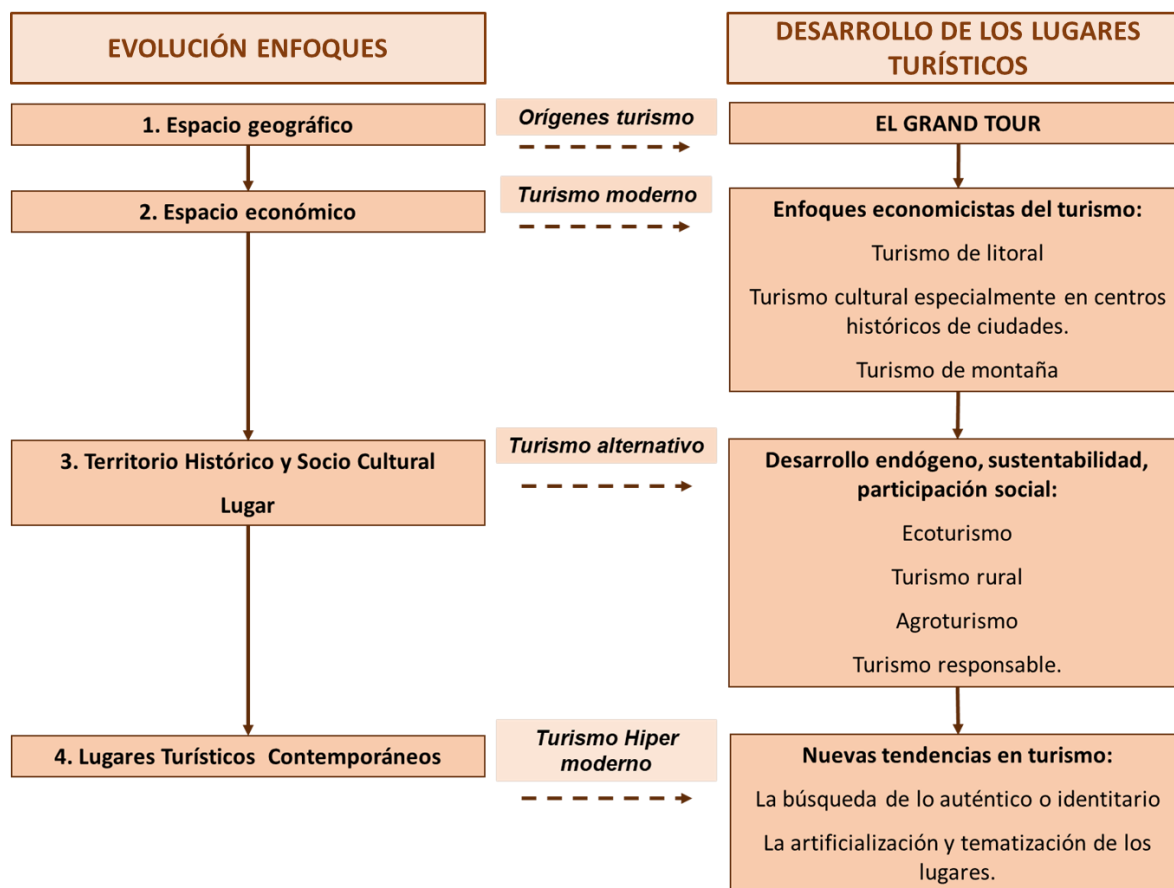
Capítulo uno: los lugares turísticos contemporáneos: de la modernidad a sus expresiones contemporáneas

*“Por ello, las visitas turísticas internacionales modernas,
poseen su propia estructura moral,
un sentido colectivo según el cual existen ciertas vistas que uno está obligado a ver”*
(Maccannell, 2003, pág. 58)

1.1 Presentación

Si bien en las sociedades modernas se han “naturalizado” las prácticas sociales del turismo, este fenómeno es de relativa reciente aparición. A continuación, se presentan cuatro paradigmas relacionados con las formas de valoración histórica de los lugares turísticos, que permitirán comprender las diversas expresiones del fenómeno turístico: el primero relacionado con el Grand Tour; El segundo que da surgimiento al turismo moderno; El tercero, con la aparición del turismo alternativo; y el último referido a sus expresiones contemporáneas. Si bien se plantean unos hitos históricos en el surgimiento de estos paradigmas, en la actualidad en diversas zonas del planeta y particularmente en las ciudades como Bogotá, se presentan de manera simultánea estas formas de apropiación, generando múltiples lógicas y contenidos sociales, simbólicos y estéticos.

Ilustración 5 Desarrollo de los lugares turísticos.



Fuente: Elaboración propia, 2018

Se analizan las principales dinámicas a través de las cuales el turismo ha reconfigurado los lugares, apropiando y transformando sus contenidos materiales e inmateriales, y generando diversas formas de interacción de los sujetos que interactúan: turistas, habitantes y operadores turísticos.

1.2 Los viajeros del Grand tour

Si bien los viajes han sido connaturales con la historia de los grupos sociales, los primeros antecedentes del turismo como fenómeno social de la modernidad, aparecen hacia inicios del siglo XVII, a partir de los desplazamientos de los jóvenes aristócratas ingleses y europeos

quienes, guiados por un tutor, se iban de casa durante largo tiempo, entre 1 y 3 años, para descubrir las expresiones culturales y artísticas clásicas de Occidente. El sentido de la vista va a jugar un papel central en el descubrimiento de los nuevos lugares: la Italia mítica asociada a los bellos paisajes que se disfrutaban mientras se viaja entre una ciudad y otra, combinando los sitios sacros con los profanos: “Entre lo que debe ser visto, el siglo XVI situó a Italia en el primer lugar, debido, sobre todo, a sus monumentos romanos. Esta primacía de Italia perdurará durante más de tres siglos” (Boyer, 2002, pág. 17). Algunos itinerarios, por ejemplo, inician en Londres, conectando con París, Milán, Pisa, Florencia, Roma, bajando a veces hasta la costa Amalfitana y regresando por Venecia, Viena, Munich, Berlín, Praga y Amsterdam, para finalmente regresar al imperio británico. El vocablo *tour*, que posteriormente va a derivar en la palabra turismo y turista, es acuñado para significar ese ilustrado viaje de educación que indica un salir de casa y volver.

Los primeros viajes están motivados por el intercambio diplomático, los viajes de negocios, los propósitos educativos como la obtención de un título universitario, o el entrenamiento en algunas actividades específicas como la equitación, la danza, la esgrima o la práctica de conversaciones “civilizadas” (Verhoeven, 2010). Según Jiménez (1986), se dan dos tipos de viajes, aquel de formación como se le conoce inicialmente, el cual encuentra su máxima expresión entre los años 1763 y 1793, periodo en el cual se referencia el mayor número de recorridos; y el segundo, de información el cual aparece con mayor fuerza entre los años 1793 y 1841, aproximadamente.

El trayecto requiere de bastante planificación por parte de la familia y de los tutores que acompañan a los jóvenes viajeros. Los móviles no son solamente educativos, sino que incluyen las diversas culturas y sus expresiones arquitectónicas civiles y religiosas, independientemente de la inscripción de los viajeros en los dogmas calvinistas, luteranos, anglicanos o católicos de la época (Green, 2014). No se viaja por descubrir propiamente al otro, sino como “objeto” curioso que deleita la experiencia del viajero ocasional, un deseo de conocer las formas de vida de los locales y algunas de sus expresiones gastronómicas, por

ejemplo, que configuran aún más el viaje ligado al placer. Aparecen a finales del siglo XVII las primeras guías turísticas, que recogen apuntes de los diarios de los viajeros y demarcan lo deseable para ver. Estas primeras prácticas turísticas se mantienen hasta la actualidad, como veremos posteriormente en el caso de La ZIT Usaqué en Bogotá.

Estos viajes denotan distinción social y un naciente acceso a un conocimiento vedado para quienes permanecen en el lugar habitual de residencia, fortaleciendo en la aristocracia inglesa y en las clases pudientes francesa, alemana y holandesa, entre otras, un elemento diferenciador para aquellos viajeros, lo cual les da un elemento de control y acceso al poder político y económico en sus territorios, una vez se regresa del viaje. Por tanto, el desplazamiento es especialmente realizado por los hombres dado que va a otorgar un valor de jerarquización y diferenciación social.

Estas primeras formas de desplazamiento asociado a motivaciones culturales y de ocio empiezan a perfilar algunos rasgos característicos de lo que posteriormente se va a conocer como el turismo moderno propiamente dicho: el ir y volver al mismo lugar de origen; las motivaciones asociadas a la segmentación entre tiempo de trabajo y tiempo libre o de descanso; el paisaje como motivador del desplazamiento, el cual se disfruta como unidad total e integradora de los lugares que se visitan y a través del cual se arman los itinerarios; la combinación selectiva de aquello que es digno de verse por lo tanto asociado a cierto tipo de estética, e invisibilizando lo sucio, los problemas sociales de los lugares, todo aquello no deseable de admirar: “El paisaje es aquí concebido como el aspecto visible y perceptible del espacio” (Nogué, 1989, pág. 36).

El turismo se empieza a configurar como un impulsor de cierto tipo de estética ligada al placer de admirar los paisajes en su estado más puro posible o de sumergirse de manera placentera en las expresiones culturales y que van a estar especialmente dispuestas en los centros urbanos de la época. La experiencia turística en los diversos lugares es más de carácter contemplativo, en donde los sujetos sólo disfrutaban de aquello digno de admirar. Las

rutas e itinerarios van a demarcar una particular forma de percibir lo que se visita en la medida en que visibilizan y conectan elementos materiales vinculados a esa condición estética de “lo bello” y que escinde de manera cartesiana el mundo, como clara expresión de la modernidad, separando naturaleza de cultura: lo prístino versus lo elaborado por el ser humano, las obras de arte, las esculturas, la pintura, etc. Se empieza a configurar un viaje de disfrute y relajación, hacia aquellas expresiones del renacimiento, que incorporan elementos clásicos de la cultura griega y romana, ese querer regresar al pasado. Así mismo se empieza a visitar y disfrutar la campiña europea. Boyer (2002) plantea cómo estos viajes van a tener elementos distintivos que serán el germen para el llamado turismo moderno: la búsqueda de la distinción, los motivos asociados al placer y al ocio y el surgimiento de los lugares demarcados para la experiencia, asociados al liberarse de las obligaciones rutinarias. Estas tendencias las recogerá posteriormente Cohen (2005) y ampliará y profundizará Hiernaux (2002), para explicar la forma como los lugares turísticos se expresan actualmente. En la línea del tiempo de La ZIT Usaquén en Bogotá, se manifiesta aún hoy en día una manera de apropiarse del territorio, a través de recorridos contemplativos, con itinerarios claramente demarcados desde los discursos institucionales o desde las prácticas turísticas, recogiendo ese “ideario de la búsqueda de la felicidad” de Occidente, que plantea este autor.

1.3 Los tiempos modernos del turismo

Con la aparición de la locomotora a vapor en 1804 y la construcción de la primera vía de pasajeros entre Liverpool-Manchester en 1830, se empiezan a dar las condiciones para el desplazamiento masivo de personas. Esto lo aprovecha un visionario empresario inglés, Thomas Cook, al organizar por primera vez un paquete turístico para trasladar a un grupo de más de 500 personas de una asociación de anti alcohólicos entre Leicester y Loughborough, Inglaterra (Boyer, 2002), convirtiéndose en el hito histórico que diera origen al nacimiento del turismo moderno. Urry y Larsen (2011), consideran que el nacimiento del turismo en la modernidad en Occidente se da hacia 1840, a causa de varios sucesos: los significados y

deseos colectivos del viaje; la reproducción técnica de la fotografía; el primer paquete organizado por Thomas Cook en 1841; y el primer railway hotel en York, entre otros.

En poco tiempo las vías de los ferrocarriles y las estaciones de trenes en Europa se vuelven elementos naturalizados en el paisaje y se transforman en un elemento simbólico potente, asociado a los procesos de industrialización (Buch, 2007). En las imágenes bucólicas asociadas al viaje, no pueden faltar estos artefactos que a su vez tienen la doble funcionalidad de conectores, pero también de lugares de encuentros, de llegadas y partidas de los viajeros; algunos de ellos se mitifican y recrean magistralmente en el cine y la literatura y empiezan a configurar, junto con otros marcadores, el aura de los sitios asociados a los lugares turísticos.

Estos antecedentes dan cuenta del surgimiento de un fenómeno de grandes dimensiones que va a estar vinculado a factores sociales, económicos y políticos de consolidación del sistema capitalista, los cuales determinan el significativo crecimiento del turismo: El acceso a derechos civiles y laborales producto de las demandas de los trabajadores alemanes a finales del siglo XIX, dan como resultado las primeras leyes de reconocimiento y seguridad social, tales como el acceso a seguros de vejez, de enfermedad y de accidentes de trabajo; la huelga celebrada en Estados Unidos el primero de mayo de 1886, para demandar por parte de los trabajadores una reducción de la jornada laboral pasando de 14 o 15 horas a 8, evento que origina la celebración internacional del día mundial del trabajo; el reconocimiento a las vacaciones pagadas, que surge por primera vez en 1936 en Francia, dando pie para que diversos países de occidente otorguen este derecho fundamental en la década de los treinta, entre otros (Pastoriza, 2008). Es de anotar que estas demandas son reconocidas de manera simultánea con los procesos productivos que se vienen consolidando, asociados a nuevas formas corporativas y de gestión. A inicios del siglo XX se empiezan a proponer modelos de administración como el taylorista (Taylor, 1911) y el fordista (Gramsci, 1999), los cuales promueven la especialización funcional de la mano de obra con definición y control riguroso

de tiempos y movimientos, los cuales van a tener un mayor impulso en el periodo de la posguerra:

“El objetivo de la jornada de cinco dólares y ocho horas era asegurar la sumisión del trabajador a la disciplina requerida para trabajar en el sistema de la línea de montaje. Al mismo tiempo quería suministrar a los trabajadores el ingreso y el tiempo libre suficientes para consumir los productos masivos que las corporaciones lanzarían al mercado en cantidades cada vez mayores” (Harvey, 2008, pág. 148).

Es así como se empiezan a volver emblemáticos algunos sitios frecuentados en el tiempo libre por los trabajadores. Un antecedente importante de los primeros lugares turísticos propiamente dichos, aparece a inicios del siglo XVIII en Bath, Inglaterra. La principal motivación es el disfrute de sus aguas medicinales, promoviendo además el deseo posterior de desplazarse a zonas de litoral, dando origen a Brighton y otras localidades asociadas a la orilla del mar (Boyer, 2002). Si bien hasta finales del siglo XIX se visitan preferentemente las zonas de litoral caracterizadas por las aguas frías; posteriormente y desde inicios del siglo XX los grandes centros balnearios asociados a la visita en la estación de verano, se consolidan como los lugares de mayor atracción, emulando sitios como Lancashire y Blackpool en Alemania, que desde 1870 son frecuentados por los trabajadores alemanes constituyéndose en la “cuna de la primera sociedad de consumo de la clase obrera del mundo” (Pastoriza, 2008).

Posterior a la primera guerra mundial, estas zonas de litoral emulan las prácticas sociales asociadas a la recuperación de fuerza laboral y se convierten en los destinos de ensoñación preferidos por grandes masas de población. Es de anotar que no fueron los únicos sitios de descanso, dado que aquellos destinos de alta montaña y la campiña, ya se frecuentan desde finales del siglo XIX, pero casi que de manera exclusiva por las clases altas.

Se aprovecha un periodo corto, una o dos semanas al año, dando origen a la llamada estacionalidad vinculada al sol, la playa y el mar como los principales valores de los lugares visitados. Hiernaux (1994), plantea como el turismo masivo está inspirado en la búsqueda del edén perdido. Por tanto, las clases sociales trabajadoras, que buscan emular a las clases elitistas, desean visitar principalmente estas zonas. Un trabajador más bien pasivo cuya motivación es el descanso para recuperar fuerzas que le permitan volver a las grandes fábricas, determina las diversas formas en las que los lugares se van adecuando y transformando para la experiencia turística.

El periodo de la posguerra es determinante en el desarrollo de los medios masivos de transporte como el avión y el automóvil, la mayor renta de las familias, el incremento del tiempo libre, el desarrollo de los medios de comunicación, la mejora de las condiciones de conectividad, así como el incremento del intercambio económico mundial, todo lo cual facilita el acceso a los viajes de descanso para un mayor número de población.

Maccannell (2003), plantea como el turismo es uno de los modelos más importantes para explicar la modernidad en Occidente: “Todos somos turistas”, metáfora que utiliza para explicar las estructuras sociales, a través del análisis del sistema de atracciones turísticas de aquellos lugares que se adecúan para la mirada del visitante. Estas estructuras se manifiestan en formas e itinerarios, que se conectan a través de las vistas y los marcadores del lugar, incorporando de manera profunda un contenido simbólico de lo social. Su tesis central es que la sociedad moderna está relacionada profundamente con el ocio moderno de masas, particularmente con el turismo internacional, en el cual se expresan valores significativos de aquella: “el turismo internacional de masas moderno produce en la mente del turista una yuxtaposición de imágenes provenientes de culturas separadas por la historia y así, acelera la diferenciación y modernización de la conciencia de la clase media” (Maccannell, 2003, pág. 37). Basándose en Goffman (1993), plantea cómo a través de dicho sistema el individuo aprehende la sociedad, en un juego de conexiones e interrelaciones, brindando claves para el entendimiento de la transformación de los grupos sociales y sus valores más profundos.

Harvey (2008), afirma que las diversas maneras en las que se organiza el espacio son determinantes en la comprensión de las maneras como los grupos sociales aprehenden el mundo: “Los ordenamientos simbólicos del espacio y el tiempo conforman un marco para la experiencia por el cual aprendemos quiénes y qué somos en la sociedad” (pág. 239).

Coincide Tuan (2005), en reconocer el derecho a la recreación, al descanso y a los viajes como un cambio sorprendente en la trayectoria vital del ser humano que empieza en casa para salir al mundo, al cosmos y que se inicia con el acceso al viaje por parte de la clase alta: “La élite puede gozar del mundo y de la casa; pueden ser cosmopolitas y, sin embargo, regresar al hogar para satisfacer su necesidad de reconstituirse y renovarse. Se trata de la clase privilegiada” (pág. 3).

De otra parte, Urry y Larsen (2011), plantean cómo el turismo más que un tema trivial, es significativo para revelar aspectos relacionados con las prácticas sociales a partir de la “mirada turística”, la cual se transforma con los procesos sociales e históricos. Para los autores, el turismo surge en la modernidad como una esfera separada de la vida del trabajo y ocurre de forma regularizada en el tiempo en el que ser turista es una de las más importantes características del ser moderno. Éste se organiza a partir de la anticipación, del viajar despierto, la fantasía y la búsqueda del placer, lo cual permite la selección de lugares particulares en los que se conjugan todos los sentidos, pero principalmente el de la vista, rompiendo con todo aquello que se considere ordinario y ligado a la vida cotidiana. La mirada, según los autores, se construye en el turismo moderno, a través de una colección de signos que se globalizan y por ello, los lugares del placer se constituyen en función de ella, como símbolos de producción del poder.

En esta perspectiva los nuevos lugares del turismo que surgen a partir de los años cincuenta responden a la lógica del proceso de industrialización acelerada que se consolida en la época de la posguerra en Europa. Modelo que los países de América Latina emulan para alcanzar el ideal del crecimiento económico que se vende en el contexto del sistema capitalista.

Particularmente en algunas regiones del continente, las zonas de litoral sufren dos tipos de procesos: el primero y más común, de crecimiento espontáneo derivado de la llegada masiva de personas, tal y como sucede en varios países del Caribe; el segundo, como producto de la planificación normativa o de ingeniería social holística (Mattos, 2004) liderada por los estados nacionales como estrategia de crecimiento y control económico territorial, en la que el turismo se concibe como un instrumento de articulación de “regiones problema” a las dinámicas de crecimiento macro económico nacional. Los lugares se conciben como contenedores, como espacio vacío y se les impone un proceso de ordenamiento físico espacial liderado normalmente por equipos técnicos contratados por el Estado central, modelo a través del cual se atrae capital privado internacional, previo desarrollo por parte de las infraestructuras de conectividad, como vías, aeropuertos, puestos de salud, entre otros, con inversión pública; de tal manera que se garanticen las condiciones para que los inversionistas privados, encuentren las condiciones favorables para su llegada. Recogen los principios del modelo fordista por excelencia: “De una manera general se puede decir que el americanismo y el fordismo derivan de la necesidad inmanente de llegar a la organización de una economía planificada y que los distintos problemas examinados deberían ser los eslabones de la cadena que señala precisamente el paso del viejo individualismo económico a la economía planificada” (Gramsci, 1999).

Estos procesos que fueron concebidos desde enfoques de ordenamiento territorial turístico recogen de manera fidedigna la lógica del modelo económico fordista y de impulso a economías de gran escala, en donde la unidad básica de rentabilidad del suelo es el número de camas o habitaciones, con alta concentración geográfica de las unidades productivas centradas en desarrollo hotelero o de alojamientos, más que turístico propiamente dicho. Prevalece la uniformización, o estandarización de dichas estructuras, de tal manera que se logre mayor rentabilidad en el menor tiempo posible.

Como resultado de estos procesos, se genera una alta densificación y concentración de estructuras hoteleras sin considerar otros componentes territoriales, sociales, históricos o

ambientales, todo lo cual termina por consumir completamente los paisajes naturales y transformar de manera abrupta procesos y prácticas socio culturales de poblaciones allí asentadas. Estos fenómenos también se van a evidenciar en centros históricos, en donde la lógica hotelera termina por transformar abruptamente los usos tradicionales del suelo, pasando rápidamente del residencial al comercial y trayendo con ello cambios profundos en las prácticas sociales de sus habitantes, generando además procesos de gentrificación, como veremos más adelante en el caso de La ZIT Usaquén en Bogotá.

El modelo de control de tiempos y movimientos es replicado en el turismo, en donde en el paquete se concreta y delimita las actividades e itinerarios que van a marcar las prácticas turísticas, destacando aquello que se puede ver y que se va consagrando como objeto de atracción en el lugar turístico visitado, así como aquellas partículas del lugar que no pueden estar a la vista del turista, constituyéndose en un juego de visibilización e invisibilización. De esta manera el operador del viaje termina por controlar el tiempo libre y los deseos de los turistas, o estos últimos, previa influencia de los imaginarios que fluyen por diversos medios sobre el lugar, terminan por construir una mirada performativa, producto de la representación idealizada del mismo.

Uno de los modelos que más se aplica en este periodo es el de polos de crecimiento de Francis Perroux: “En el marco de los esfuerzos por incorporar la dimensión espacial a los planes de desarrollo que fueron elaborados principalmente en la época de la Alianza para el progreso, los planificadores regionales comenzaron a preconizar la necesidad de regionalizar los territorios nacionales (Mattos, 1984, pág. 9), a través del mencionado enfoque. Este tiene como objetivo, la implantación de una industria motriz en una región dada, de tal manera que se logre encadenamientos productivos de bienes y servicios y un incremento acelerado de flujos de ingresos, todo lo cual conlleve un incremento de los réditos y la diferenciación regional, vía especialización de las diversas zonas de un país, logrando impactos económicos acelerados en un área geográfica específica.

Los estados ven en el turismo, un instrumento útil para implementar dicho modelo de articulación de regiones pobres al crecimiento nacional. Las políticas legitiman entonces el discurso de la “actividad turística como industria”, los “polos de desarrollo turístico”, las “zonas francas turísticas”, entre otros instrumentos y enfoques, que reflejan fielmente la lógica del ordenamiento físico espacial de las dinámicas económicas. Algunos de los instrumentos de política pública que ilustran esta etapa, son: el Plan Quinquenal para el equipamiento turístico Francés, 1948- 1952; el Plan Nacional de Turismo Español, 1952; los Centros Turísticos Integralmente Planificados en México - 1973 – actual (Osorio, 2006). En Colombia entre 1971 y 1974, se formula por parte de la Corporación Nacional de Turismo, el plan denominado Destucosta, que plantea un modelo similar al mexicano basado en desarrollo turístico de litoral, en las zonas de Pozos Colorados y Barú, entre otras, pero que no se lleva finalmente a cabo.

Un ejemplo de esta etapa es Benidorm en España, ícono del turismo moderno europeo que surge como resultado de las políticas turísticas impulsadas por Franco en los años cincuenta. El posicionamiento de este lugar es motivado, entre otros aspectos, por el apoyo económico que recibe el país a finales de esa década e inicios de los sesenta, del gobierno de los Estados Unidos, que le desembolsa un préstamo para promover el desarrollo turístico (Espinosa-Seguí, 2013). A ello se suma un cambio cultural muy importante en las prácticas turísticas en las zonas de litoral, al permitírsele a la mujer el uso del vestido de baño, lo cual es autorizado por el alcalde en 1952: “Sol y playa atrajeron el turismo europeo hasta Benidorm hace sesenta años y trajeron consigo las costumbres y libertades de otros países. Las mujeres y jóvenes del norte de Europa querían lucir ombligo y mostraban sus cuerpos en las playas con la última prenda de moda: el bikini. Creado por el diseñador francés Louis Reard en 1946, el bikini llegó a Benidorm casi de forma instantánea de la mano de los veraneantes extranjeros en los 50” (García B. , 2012), vestuario que permite con mayor amplitud y comodidad la exhibición del cuerpo y el bronceado de la mujer, moda que se inicia desde los años 20 en las costas del Mediterráneo.

Como resultado de ese periodo, en Benidorm se abren entre 1960 y 1970 más de 50 hoteles, cuya arquitectura se caracteriza por la aplicación de un modelo fordista de alojamiento masificado, con alta edificabilidad y densificado, que más que preocuparse por la calidad, se centra en lograr una mayor capacidad de recepción de turistas por metro cuadrado. Esto termina por concentrar en una reducida zona un número significativo de estructuras estandarizadas, que terminan por consumir completamente el paisaje. Desde el año 2000 hacia acá viene diversificando su oferta a partir de la apertura de varios parques temáticos, la renovación de la oferta hotelera por una de mayor calidad que se localiza en las zonas posteriores del centro urbano, así como el desarrollo de proyectos de segunda vivienda de lujo, generando un proceso de apropiación de áreas suburbanas y una estrategia de cualificación a partir de propuestas de arte y amoblamiento en zonas de uso público. Esta tendencia de alargar el ciclo de vida de los destinos maduros va a replicarse en muchos lugares del mundo, a través de estas estrategias de renovación urbana y creación de hitos globales tematizados, que faciliten su nueva puesta en valor.

En América Latina es de destacar el caso mexicano, como resultado del modelo de polos de crecimiento aplicado a la actividad turística. Se promueve la creación de cinco “Centros Turísticos Integralmente Planificados”: Cancún, Hixtapa Ziguatanajo, Loreto, Los Cabos y Huatulco; como un instrumento de la política pública que se formula por parte del Fondo Nacional de Turismo, Fonatur, entre los años 1974 y 1984 y que aún hoy se sigue desarrollando en las llamadas zonas de “reserva territorial”. Tal vez el ícono más reconocido de este paquete de enclaves turísticos, lo constituye Cancún dado su alto reconocimiento internacional. Según Dávila (2014) estos proyectos son formulados a partir de un estudio que adelanta el Banco de México, en el que se identifican las áreas prioritarias a desarrollar teniendo en cuenta los siguientes criterios: “la necesidad de disponer de terrenos adecuados para incorporar usos turísticos y urbanos; una adecuada conexión por tierra y aire; lugares de belleza singular; regiones escasamente pobladas y carecer de opciones de desarrollo” (pág. 3).

Cancún grafica muy bien el resultado de las políticas de ordenamiento físico espacial turístico y de economía planificada central, que priorizan en lo fundamental una noción de espacio contenedor de dinámicas económicas, derivado del modelo de polos de crecimiento, en el que se establece una zonificación y usos especializados, priorizando el desarrollo hotelero a gran escala: “El hotel como pieza única y de dimensiones importantes aparece generalmente en primera línea de mar, en terrenos planos y ordenación lineal” (Dávila, 2014, pág. 17), sumado a otras cinco piezas claves que identifica el autor y que según él, son comunes a todos los centros integralmente planificados: nuevos asentamientos, campos de golf, marinas, viviendas turísticas y centros comerciales. Estos elementos del modelo dan cuenta de una lógica ligada a los elementos materiales del lugar, que valoricen mucho más rápido en términos de inversión la rentabilidad del suelo. Se invisibiliza por lo tanto los componentes ambientales o socio culturales tradicionales, que sólo aparecen subsumidos en las formas de representación, con elementos asociados a una reverdización artificial higienizada frente a los elementos naturales originales de la zona.

En el caso que nos ocupa, se crea con el proyecto un centro poblado que apoye la dotación de mano de obra y algunos servicios para la zona. De aparición posterior la diversificación del territorio a partir de parques temáticos como Xcaret, que hoy en día se ha convertido en el desarrollador más importante de la zona, con la propuesta de “experiencias Xcaret”, en la que se incluyen seis parques: Xenses, Xelha, Xplor, Xichen, Xochimilco y Xenotes, todos los cuales re significan valores naturales y culturales asociados a la identidad nacionalista mexicana, escenificando trozos de historia, o de la cultura popular, como la re – creación de un cementerio tradicional, así como el patrimonio intangible asociado a las danzas, música y valores religiosos, entre otros. Se construyen centros comerciales, como el “shopping Plaza Isla” que emula los canales de Venecia o un restaurante denominado Puerto Madero. Estos fenómenos ilustran un fenómeno ligado a los destinos turísticos contemporáneos: la re - localización de hitos globales, creando un fenómeno de agregación de imaginarios transpuestos en un solo lugar, pero sin conexión directa con los sitios de origen ni con

aquellos en los que se emulan, reconstruyen y resignifican. Sólo hacen parte de flujos de información asociados a una fácil representación simbólica para los turistas que los visitan, perdiendo su sentido de lugar, en la medida en que se deslocalizan. Este fenómeno se replicará también en La ZIT Usaquéen, con la representación de hitos globales diversos, a través de la gastronomía, los objetos que se comercializan en las plazas de los artesanos, etc., como veremos en el capítulo respectivo.

Si bien Cancún es de relativa reciente aparición, ya ha sufrido un proceso de “renovación”, a partir del derribo de seis hoteles en los últimos años (Chan, 2016) y ha implementado algunos instrumentos de gestión para promover buenas prácticas de sostenibilidad en sus playas. Sin embargo y si bien se podría decir que ha sabido llevar su proceso de madurez y rejuvenecimiento, algunas críticas se han formulado no sólo de este hito turístico sino de los centros integrales en general, en la medida en que son el resultado de un objetivo enfocado a generación de riqueza a nivel macroeconómico y no como verdadera diversificación y apoyo al desarrollo regional desde abajo o a la reducción de la pobreza. Además, en la etapa de creación, generó impactos ambientales significativos, al destruir amplias zonas de ecosistemas de mangle, cerrar los flujos de entrada y salida del agua dulce hacia el mar, transformando significativamente las áreas naturales. Además, sus habitantes han sido los perdedores de los espacios de socialización, en la medida en que el centro integralmente planificado es creado para los turistas, por tanto, se prioriza la playa como lugar de las prácticas sociales de los visitantes, en detrimento de los espacios de encuentro de los locales.

En síntesis, el turismo moderno asociado al litoral, se cimenta en un enfoque de intervención territorial turística, promovido desde el Estado Central, como estrategia de exportación de divisas, con énfasis en mega proyectos hoteleros normalmente desarrollados por operadores y empresas multinacionales, con unidad de renta por habitación o cama; derivando algunos de ellos en modelos denominados de “enclave turístico”, y generando finalmente un proceso de “turistificación”, al asimilarse el desarrollo a industria/industrialización. En algunos casos se generan desequilibrios territoriales estructurales, segregación socio espacial y mono

economías extractivas y expulsivas de los habitantes que tradicionalmente ocupaban estos lugares, dado un crecimiento espacial segregativo y excesivamente dependiente del crecimiento económico de la actividad. Este modelo se replica en los centros urbanos que desarrollan las dinámicas turísticas super puestas a procesos de globalización financiera y de servicios, así como en los centros históricos y culturales de las ciudades, en los que esta actividad surge como un instrumento de valorización en un marco de competencia global, como es el caso de Bogotá.

De manera simultánea y con la aparición de estos modelos, surge en la literatura académica un nuevo campo de investigación de estos procesos: la geografía del turismo, que va a producir algunas teorías explicativas de estas lógicas, destacándose el modelo evolutivo de Miossec, en 1977; el Ciclo de vida de una destinación turística de Butler, en 1980; y el Modelo sicográfico de Plogg, en 1987, entre otros (Minca, 1996). Estas primeras aproximaciones buscan formular cuerpos teóricos explicativos desde una lógica racional positivista. Tratan de comprender los cambios y transformaciones que sufren los lugares con vocación turística, a partir del análisis de componentes asociados a dos variables fundamentales: el tiempo y el espacio, desde una perspectiva de media y larga duración: Cómo evoluciona estructuralmente una destinación turística, en la medida en que esta actividad conquista el territorio, generando cambios físicos en el mismo, en sus estructuras de conectividad, en la relocalización de usos tradicionales versus nuevos usos y funciones, como lo veremos posteriormente en el caso de La ZIT Usaqué en Bogotá.

Los modelos enunciados anteriormente se enfocan principalmente en las tres variables clásicas de la geografía: “lo visible, lo tangible y el tiempo” (Nogué & Romero, 2006, pág. 38). En pocos casos, como en el modelo de Miossec, sólo se consideran algunos componentes simbólicos del lugar, asociados a la percepción de los turistas y habitantes de las destinaciones, sin profundizar realmente en su análisis.

La geografía del turismo va a inspirarse fundamentalmente en la geografía física, retomando la categoría de “espacio”, definido como contenedor de componentes físico – materiales, cuyo objetivo es analizar los cambios y transformaciones que sufre en el tiempo, derivados de las lógicas del turismo. Algunos teóricos como Butler y Miossec (Minca, 1996), sólo proponen de manera tangencial el análisis de la imagen percibida de dicho espacio, a través del tiempo, en la medida en que se van apareciendo nuevas estructuras y funciones turísticas. Plantea Miossec, citado por Minca (1996), que cuando un espacio empieza a ser ocupado por el turismo, se genera en los turistas una percepción fragmentada, de partículas incoherentes y en la medida en que se especializa hasta convertirse en un destino maduro, se crea una imagen consolidada. El posicionamiento global en los procesos de invención de los lugares turísticos contemporáneos es actualmente una característica primordial creándose el “aura” del sitio asociada a una mayor demanda. Otro aspecto relevante de los mencionados modelos es la identificación de los impactos derivados de las dinámicas turísticas en los espacios turísticos, en la medida en que en los destinos consolidados se van generando procesos de deterioro, desterritorialización y pérdida de la calidad de las características y principales atractores del lugar. Butler particularmente explica dos salidas que se pueden dar frente a estos procesos evolutivos territoriales: declinación y salida del mercado del destino; o rejuvenecimiento del mismo a través de varias estrategias como la tematización: los restaurantes y hoteles tematizados, la construcción de casinos, campos de golf, o la diversificación espacial a partir de la ocupación de nuevas áreas del territorio que aún no han perdido su valor como potencial uso turístico, tal y como se ilustró anteriormente en el caso de Benidorm y Cancún.

En esta perspectiva se destaca que los procesos de tematización ligada a la disneyficación del lugar aparecen justamente como salidas de emergencia frente a destinos que sufren un proceso de deterioro y que, por tanto, requieren generar nuevos valores a través de la artificialización de los mismos. Sin embargo, como veremos más adelante en las últimas tendencias de los lugares turísticos, esta forma de valoración la están aplicando muchos

destinos emergentes en América Latina y en Colombia, superponiendo de manera abrupta sobre valores históricos y territoriales, artefactos ficcionales o hitos globales, que en varios casos en nada dialogan con el lugar, por el contrario, lo niegan. Otra salida, es la conversión hacia lo tradicional y hacia los valores naturales, un querer volver al pasado, premoderno, como imaginario de aquello que se liga a la nostalgia del lugar, a la reconstrucción y resignificación de lo auténtico, aunque en algunos casos es una perspectiva de congelar el tiempo y a sus habitantes en el pasado, fosilizarlos para la mirada del turista.

Evidentemente, estos modelos se centran en una forma de conocimiento aún en vigencia en las ciencias sociales, que, desde una perspectiva cartesiana, dual, plantean una relación sujeto – objeto y la búsqueda de leyes universales que expliquen la realidad. Plantean una perspectiva desde la geografía física, centrada en la materialidad del lugar, concibiéndolo como contenedor de expresiones tangibles con un énfasis en las lógicas económicas derivadas de las dinámicas turísticas. Por tanto, y si bien este análisis es muy importante para comprender cambios y transformaciones físicas de los lugares turísticos, el mismo, debe complementarse con otras perspectivas y dimensiones, de tal manera que se profundice en una visión más integral y compleja del territorio que de cuenta de otros cambios (Rozo, 2012, pág. 71).

Este enfoque es cuestionado por Escobar (2000), quien plantea cómo en el mundo moderno, se construye un meta relato asociado a las leyes de oferta y demanda pontificadas por el modelo neo liberal, en donde el ser humano tiene poca o nula capacidad de acción, invisibilizando otras dimensiones de la vida. Así mismo y desde una propuesta alternativa de necesidades y satisfactores asociados al desarrollo a escala humana, Max Neef plantea que aquello que las sociedades modernas han denominado el progreso, ha llevado finalmente a convertir el medio en el fin último dada una excesiva valoración de la lógica económica: “vivimos en un momento de la historia en que hemos llegado a dismantelar o destruir culturas con gran eficiencia, con el objeto de establecer economías” (MaxNeef, 1997, pág. 4). En el análisis que se revisará más adelante, se muestran los cambios y transformaciones

derivados de esta lógica economicista que está prevaleciendo en La ZIT Usaquéen, y que, como materialidad del lugar, está generando desplazamiento de usos tradicionales de sus habitantes, por la prevalencia de las dinámicas comerciales.

Casey (1996), plantea que el espacio ha sido asumido como pre dado, a histórico, absoluto, infinito, vacío, a priori en estatus, neutral, una tábula rasa, preexistente a. Espacio de hecho ha sido abordado como categoría naturalizada del mundo moderno, como se explicó anteriormente, y tal y como lo analiza Soja (1989), quien indica que desde el siglo XIX especialmente, se concibe como fijo, muerto, a dialéctico. Desde una postura crítica social, plantea además cómo la modernidad ha dejado un vacío, al priorizar el historicismo, asumiendo el presente como producto de una acumulación del pasado.

Esta perspectiva evolucionista, deja de lado la categoría espacial o geográfica que da como resultado una “espacialidad silenciada” (pág. 15), la cual niega que los emplazamientos afectan significativamente el pensamiento y la acción. Por ello considera que con la aparición de la geografía humana a finales de los 60s, se replantea esta perspectiva, al proponer una visión más compleja y dinámica para comprender el mundo, en donde espacio y tiempo se acompañan y juntos delinear las cualidades esenciales de lo físico: La espacialidad, temporalidad y el ser social se constituyen como las dimensiones abstractas que juntas permiten comprender todas las facetas de la existencia humana (Soja, 1989). La deconstrucción y reconstitución de la modernidad, su transición se da justamente en el cambio cultural sobre la concepción de la relación entre tiempo y espacio, configurándose en una reestructurada geografía histórica y social y en la cual resurge la categoría de lugar, que antes había sido sólo considerada como compartimentalización y resultado de aquel espacio material. Más adelante se profundizará en esta perspectiva, que complementará el análisis de la ZIT Usaquéen, desde una perspectiva simbólica y social.

A finales de los setentas, confluyen entonces nuevos paradigmas y enfoques de desarrollo que van a nutrir apuestas alternativas de valoración vinculadas a lugares turísticos

emergentes. Uno de los vectores que va a aportar nuevos elementos de análisis y a cuestionar el llamado turismo moderno, va a ser el debate ambientalista, que plantea la necesidad de incorporar nuevos sujetos sociales, como la naturaleza, la cultura, los indígenas, los campesinos, entre otros, en las dinámicas territoriales y una visión de desarrollo endógeno, desarrollo local y desarrollo sustentable, que surjan de decisiones de abajo hacia arriba, de lo local hacia lo global.

Se van por lo tanto a desprender enfoques más localizados, que den cuenta de realidades concretas y en la que se reconoce que la subjetividad está en permanente movimiento y dinámica con el lugar en donde los sujetos viven, sueñan y se proyectan. Una perspectiva según Soja (1989), localizada, corporeizada, emplazada en condiciones históricas concretas y no generalista, que va contra aquellas concepciones del mundo que tienden a congelar la fragilidad del tiempo y la posibilidad de construir y rehacer la historia. (pág. 15). Por tanto, en la práctica en diversos lugares turísticos se intenta recoger algunos de los postulados acá descritos, si bien no siempre desde estas nuevas tendencias se han logrado efectos deseables, dada la alta complejidad asociada a los procesos de valoración territorial y a la gran diversidad de actores e intereses que convergen en estas lógicas.

También se pone en cuestión la forma como la modernidad ha privilegiado una manera particular de descubrir el mundo vía la razón. Se empiezan a considerar otras formas del aprehender en las que se reconoce que el ser humano es multidimensional y que en estos procesos entran en juego no sólo lo cognitivo a través de estructuras lógico/racionales, sino la percepción sensorial, la imaginación, el consciente y el subconsciente, todo lo cual genera una visión e interacción holística con la realidad.

1.4 Nuevos lugares de ensoñación: el turismo alternativo

Desde la nueva antropología cultural (Geertz, 1987); (Clifford, 1999); (Escobar, 2000), se viene enriqueciendo el análisis de la categoría de lugar, la cual ha recogido elementos de la

fenomenología, la hermenéutica y la teoría social, particularmente en lo relacionado con la percepción, el significado, la experiencia y la invención.

Así mismo, desde la geografía humanística y desde las ciencias de la complejidad, se van a aportar elementos teóricos y conceptuales innovadores que incitan nuevas miradas en las formas de comprensión del mundo y particularmente sobre la forma como se ha concebido la categoría de espacio. El reconocimiento de que los lugares son construcciones sociales, históricas y con un alto contenido simbólico, en las que se manifiesta una interfase entre el mundo natural y cultural no separados como esferas independientes, sino que son el resultado de un sistema de interrelaciones y de flujos que están en permanente movimiento y dinámica (Cresswell, 2004).

En el vínculo entre sujetos con sus lugares no se da una separación entre el adentro y el afuera, es un continuum entre ambos: “El sujeto es corporal, espacial, sensorial, temporal, relacional. Esta condición relacional no sólo es concebida desde lo intersubjetivo sino también desde la relación del sujeto con las cosas de su entorno y localizado en el tiempo y en el espacio” (Van Der Hammen & Palacio, 2006, pág. 268). El lugar, por tanto, es con el sujeto, es dinámico y cambiante con los procesos sociales, con los sueños y proyectos de vida, no es por fuera del sujeto, es en él.

En los lugares turísticos se empieza a reconocer con mayor claridad que la experiencia turística es mediada por diversos actores que generan encuentros, desencuentros, tensiones y conflictos. Por tanto, el lugar es también sujeto social al que se le deben reconocer derechos y en el que sus habitantes juegan un papel central puesto que son los que permanecen en él, lo habitan.

Esa riqueza de diálogo con el lugar construye maneras particulares de vivirlo en lo cotidiano, en las que se expresan múltiples formas, narraciones, ficciones que se dinamizan permanentemente como un holograma en movimiento. El fenómeno social turístico va a

estar influenciado por estos enfoques y se reconoce en la experiencia turística de los sujetos que interactúan con el lugar y con quienes le habitan, un profundo vínculo con sus contenidos simbólicos, estéticos y sociales en donde los imaginarios juegan en su construcción y deconstrucción permanente.

Según Silva (2007), los imaginarios sociales crean realidad puesto que generan un efecto social, desde sus manifestaciones verbales o visuales o de cualquier otra materialidad fuente de percepción, por tanto, el lugar, nuestro lugar, es con nosotros, lo que pensamos, creemos, imaginamos y percibimos de él. Se define y redefine de manera permanente en un movimiento constante en el que nosotros como habitantes del mismo, nos estamos haciendo con él: ¡somos con el lugar!

Según Castoriadis (como se citó en (Silva A. , 2006, pág. 18)), la fusión de lo imaginario y lo real, las imaginaciones fundamentales han dado origen a órdenes sociales y a un gran potencial social. En el lugar turístico las prácticas sociales generan interacciones entre los sujetos, habitantes y turistas, creando nuevas realidades, nuevos sentidos y significaciones del mismo. El imaginario social construye realidad en la medida en que los sujetos a partir de diversos contenidos simbólicos y formas de representar el mundo influyen significativamente en la construcción de la cotidianidad, en las formas de amar sentir, relacionarse con los otros y establecer acuerdos, normas, reglas sociales.

Desde la perspectiva de la geografía humanística, la concepción de lugar es en esa relación profunda subjetiva de quienes le habitan. Se centra en conocer el entramado de relaciones, sentimientos, deseos, emociones, que van configurando dicho lugar, no como pre dado, pre existente sino como dinámico, vivo, performance producto de las prácticas sociales que se suceden en él.

El turismo no va a ser ajeno a estas reflexiones. En la experiencia de ese otro que llega a visitar temporalmente el lugar, éste se re configura generando en algunos casos conflictos y

tensiones. Por tanto, se requiere una perspectiva más profunda de las dinámicas que generan los procesos de desarrollo turístico. Surgen modelos alternativos en áreas rurales o naturales que, si bien eran visitadas desde los inicios del turismo moderno, es a partir de los años ochenta que se logra una mayor visibilización de estas propuestas. Así mismo, en los centros históricos, se empiezan a visibilizar con mayor fuerza, defensas del lugar desde sus habitantes y entran en tensión los derechos fundamentales de usufructo del espacio público por parte de ellos versus los visitantes.

Se incorporan enfoques basados en el desarrollo endógeno local, el fortalecimiento de redes sociales vía encadenamientos productivos de los habitantes de las diversas zonas; la implementación de algunos instrumentos de zonificación ecológica y planificación ambiental, la medición de capacidad de carga o límites aceptables de cambio de un ecosistema; y la medición y gestión de impactos ambientales, socio culturales y ambientales que el turismo puede llegar a generar, así como el fortalecimiento de la gobernanza social, entre otros.

Surgen propuestas de manera espontánea y otras que intentan aplicar estos postulados, a través de procesos intencionales de planificación y gestión participativa, buscando que el turismo se convierta en un instrumento de mejoramiento de la calidad de vida en los lugares turísticos. Nuevas tipologías y formas de turismo surgen asociadas a territorios emergentes: el turismo rural en los ochenta's y noventa's en Europa y América Latina, respectivamente; el ecoturismo y el turismo sostenible/sustentable como resultado de la cumbre de Río, en los noventa; el turismo responsable a inicios del nuevo milenio; y recientemente el turismo ético o consciente en Ecuador, así como algunas apuestas de turismo comunitario, que recogen con más fuerza la categoría de lugar propuesta por la geografía humanística (Tuan, 2005).

Ilustración 6 Nuevas tipologías de turismo



Fuente: Elaboración Propia, 2017

Fuente: Elaboración propia, 2017

Un caso que ilustra este paradigma es el desarrollo del turismo rural en la zona cafetera colombiana, que se empieza a promover de manera espontánea a inicios de los noventa, como una alternativa para la generación de ingresos de los caficultores, derivado de la crisis que se genera por el rompimiento del pacto de cuotas del café a nivel mundial en julio de 1989, sumado al impulso que en ese periodo se le da al modelo neoliberal en América Latina. Esto genera una revaloración de las haciendas productoras del grano y un cambio cultural en las formas de vida de los pobladores, que ha generado muchos retos frente a los procesos de revaloración territorial y de nuevos usos y prácticas sociales.

En el año 2011, se le otorga a la zona cafetera colombiana por parte de la Unesco, la declaratoria como paisaje cultural de la humanidad, incorporando nuevos imaginarios asociados al lugar tradicional, la búsqueda de la identidad, los hitos históricos y arquitectónicos, así como a las formas de vida asociadas a la producción del grano de los grupos asentados allí. Sin embargo, en los últimos años, debido a los cambios y transformaciones recientes derivados de las mismas dinámicas y prácticas turísticas, la zona podría constituirse a futuro en un mito de lugar: diversas lógicas de valoración ilustran muy bien los discursos y contra discursos que entran a generar tensiones en sus formas de valoración. Particularmente en el parque del café se crea un collage de propuestas

incoherentes, difusas en las que conviven algunos artefactos contemporáneos, como el teleférico, los botes chocones y la montaña rusa, con elementos identitarios tradicionales como el bambusario, el cafetal tradicional, la casa campesina y los mitos y leyendas, entre otros. Todo ello aparece en medio de haciendas, cultivos y condominios, debatiéndose entre lo bucólico del paisaje cafetero y la disneyficación; lo auténtico emerge simultáneamente con la artificialización y tematización del lugar.

El caso anterior ilustra cómo en la actualidad los lugares turísticos contemporáneos, recogen las diversas expresiones tanto de lo moderno como de lo que se ha denominado como alternativo, tradicional o premoderno, constituyéndose en un collage de múltiples posibilidades en las que objetos ficcionales se entre mezclan con la realidad de manera simultánea y en los que tiempo y espacio se convierten en configuraciones efímeras a partir de la experiencia turística, como lo veremos más adelante en el caso de La ZIT Usaqué.

Los lugares se debaten entre múltiples expresiones asociadas a la tematización o recreación artificial, como lugar escenario o lugar escaparate (Maccannell, 2007) o la búsqueda de lo auténtico o identitario, el eterno retorno en la perspectiva del lugar pre moderno o tradicional que critica Augé (1993), y en medio de los dos aparece un caleidoscopio de posibilidades, de configuración de múltiples puestas en valor turístico: Se plantean entonces dos tendencias aparentemente contradictorias: “la homogeneización internacional de la cultura de los turistas y la conservación artificial de atracciones y grupos étnicos locales para que puedan ser consumidos como experiencias turísticas” (Maccannell, 2007, pág. 185).

Estos enfoques van a mezclar apuestas del turismo masivo o tradicional en zonas de litoral con propuestas emergentes, en las que las ciudades también van a ocupar un lugar preponderante en el posicionamiento global a partir de valores ligados a marca territorial: las más felices, las más innovadoras, las más sostenibles, las más competitivas, etc. que concretan el discurso del modelo neoliberal. A continuación, se plantea el último paradigma

asociado a la convergencia de múltiples enfoques que se concretan en un universo vario pinto de los lugares turísticos contemporáneos.

1.5 Las expresiones contemporáneas de los lugares turísticos

Maccannell (2007) propone al enfoque conceptual primitivo/moderno como opuestos, un nuevo modelo del cual lo ex primitivo/moderno/posmoderno perviven en la actualidad, lo cual no implica una visión lineal, sino que las tres se dan de manera simultánea. La una no precede necesariamente a la otra, se da un ir y volver a aquello ex primitivo, como cuando se siguen escenificando y superponiendo algunos fragmentos del pasado en medio de grandes centros urbanos. Según el autor, la tradición logra su máxima expresión justamente en aquello que se denomina posmoderno y en los movimientos del arte, incorporando elementos autóctonos con instalaciones en espacios públicos, logrando un efecto de escenificación, todo lo cual es aprovechado en las prácticas turísticas especialmente en las grandes ciudades.

Urry y Larsen (2011), consideran que ha habido un proceso de cambio de la cultura contemporánea que se ha movido de lo moderno a lo posmoderno expresándose como de – diferenciación. Como resultado de ello, uno de los procesos más importantes es el del turismo mediatizado en el que la economía de signos es la determinante para las prácticas turísticas asociadas a la producción y el consumo. Plantean que la mirada del turista en los lugares que visita, es cambiante, se expresa como prácticas corporeizadas y depende además de relaciones materiales, así como de discursos y signos. En este contexto los lugares conviven y se expresan en una permanente dialéctica que se podría tipificar en dos grandes tendencias, la búsqueda de lo auténtico o identitario y la artificialización o tematización de los lugares, lo cual revisaremos con más detenimiento en la ZIT Usaqué, la cual recoge claramente estas tendencias.

La búsqueda de lo auténtico o identitario se expresa en aquellos lugares que defienden lo premoderno o auténtico, desde la representación de la nostalgia y la evocación de imágenes

del pasado; el encuentro con el otro; la emocionalidad ligada a los olores, sabores, aromas y a la corporalidad del sitio; la recuperación de valores asociados a la evocación de espacios naturales o naturaleza prístina, en donde generalmente durante la experiencia turística se da un rompimiento del tiempo.

Por otra parte, surgen con mayor fuerza aquellos lugares ligados a lo temático, a la creación de ambientes artificiales; de microcosmos aislados físicamente de la zona en la que se implantan estos modelos tipo enclaves turísticos; se potencia el exotismo, lo extraño y la teatralización. Estas apuestas venden experiencias turísticas ligadas a la fuga, al individualismo, a una emocionalidad exacerbada que ante todo promueve satisfacer la búsqueda del placer de los turistas (Korstanje, 2009) y con poco o nulo encuentro con los locales. Los centros comerciales son un referente asociado a esta puesta en valor, representando la de – diferenciación que plantean Urry y Larsen (2011). Atractivos ligados a estas propuestas toman mucho valor especialmente en las ciudades en las que se busca su posicionamiento global en una lógica de competencia internacional, a través de estas estrategias, superponiendo valores universales pero que no dialogan con el lugar en el que se implantan y se expresan en grandes cadenas de restaurantes, hoteles, almacenes de moda con marcas globales, lo cual aparece cada vez más con mayor fuerza en las Zonas de Interés Turístico de grandes ciudades como Bogotá.

Según Cohen, hay tres tendencias marcadas en el turismo contemporáneo: Un declive posmoderno en la búsqueda de la alteridad, de lo genuino o auténtico; una búsqueda por una alteridad extrema en la tierra, así como nuevas búsquedas ligadas a viajes espaciales incipientes, los cuales mezclan turismo y exploración; y por último, un turismo de fantasía (Cohen, 2005). Según el autor, el “post-turista (Urry, *The Tourist Gaze*, 2002) no profundiza en el origen de las atracciones placenteras. En la posmodernidad, el disfrute e incluso la diversión y el juego se convierten en motivos socialmente aceptables para el viaje, reemplazando la búsqueda moderna de la autenticidad como un primer motivo de legitimación para el turismo” (Cohen, 2005, pág. 16). Según el autor, los turistas buscan

experiencias distintivas pero familiares, buscando demostrar la posesión de capital cultural y consumiendo una gran variedad de productos como espectáculos musicales, teatrales o artísticos, de la mayor calidad y más amplia variedad o mayor prestigio (pág. 17). Estas últimas muy ligadas al turismo cultural urbano.

Desde una perspectiva de producción social de los lugares y de la economía de la experiencia, (Urry & Larsen, 2011) plantean cómo la disneyficación y lo posmoderno, influyen en la creación de un nuevo paradigma cultural que influye en el diseño y arquitectura de los lugares turísticos. Para ello, plantean tres características fundamentales de los mismos: después de lo moderno; retorno a lo premoderno y lo anti moderno. Afirman que éstos emergen como tal cuando se inscriben en procesos de anticipación, performance y remembranza y son económica, política y culturalmente producidos a través de la combinación de redes de trabajo; de flujos de capital, de personas, de objetos, de signos y de información. Los lugares no son fijos, dados o encerrados, sino que juegan en relación con la mirada turística, se van moldeando para ella.

En el después de lo moderno, describen cómo la economía de la experiencia está produciendo la tematización posmoderna en donde la vida y el arte se fusionan en una especie de pastiche, la arquitectura que se produce es de superficie y apariencias y el pasado es un repertorio de formas y estilos que cualquiera puede reciclar y en las que lo más importante es producir sensaciones que enganchen a los consumidores emocional, corporal y mentalmente (Urry & Larsen, 2011, pág. 120). Las Vegas, según los autores, aparece entonces como “un imaginario mundo de apariencias” (pág. 122), en el que la arquitectura de las zonas de placer crea una narrativa que coloca a la gente en un rol imaginario, captando lo que ellos denominan la mirada colectiva y espectadorial. El diseño entonces es transicional y performativo (Kilgmann 2007, citado por (Urry & Larsen, 2011, pág. 122).

En el retorno a lo premoderno, se destaca la mirada romántica, y el diseño está enfocado a realzar aquello que tenía el aura de las finas construcciones, reproduciendo las

características de lo clásico, el renacimiento de este estilo se inscribe en lo posmoderno y es tan importante como la tematización (pág. 123).

Según los autores, la tercera tendencia, en contra de lo moderno, es una crítica a discursos eurocéntricos y falocéntricos, en los que el modernismo privilegió los centros metropolitanos por encima de pueblos y ciudades; el mundo desarrollado por sobre el mundo en desarrollo; el norte sobre el sur; el occidente sobre oriente; el arte de los hombres sobre el de las mujeres, etc. Sólo recientemente empiezan a surgir propuestas marginales de valoración de lugares desde lo alternativo, como la propuesta que se está tejiendo en Ecuador enfocada a potenciar un turismo consciente como experiencia espiritual y de buen vivir, en donde se resalta que el turismo debe ser, ante todo, un profundo encuentro intersubjetivo y espiritual, en el que se reconoce nuevos sujetos sociales como la naturaleza, la cultura, los indígenas, etc. Lo cual requiere una nueva ética de relacionamiento entre estos sujetos sociales.

Se evidencia entonces esta dialéctica de los lugares que juegan entre lo identitario, el volver a recrear hitos históricos y culturales asociados a lo premoderno versus la tematización y recreación artificial a través de la creación de atractivos asociados a lo global, a la fantasía o hiper realidad. En la práctica y en muchos lugares del mundo se da una mezcla vario pinta de las dos, como se ilustrará posteriormente con las nuevas expresiones del mundo turístico contemporáneo en la ZIT Usaqué en Bogotá.

A continuación, se presenta una síntesis de los paradigmas analizados y su impacto en los lugares turísticos contemporáneos:

Ilustración 7 Síntesis evolución enfoques y su impacto en los lugares turísticos.

Evolución enfoques	Evolución del fenómeno	Paradigmas en los lugares turísticos	Teorías y Enfoques	Componentes simbólicos, sociales y estéticos de las prácticas turísticas	Tipologías de turismo
ESPACIO GEOGRÁFICO	Orígenes del turismo	EL GRAND TOUR	Enfoque positivista Movimiento renacentista Se empieza a construir la categoría de paisaje.	<ul style="list-style-type: none"> La mirada prevalece Materialidad del lugar Visibilización/invisibilización del lugar a través de itinerarios demarcados previamente. Imaginario ligados a lo bello. 	Turismo cultural vinculado al movimiento renacentista
ESPACIO ECONÓMICO	Turismo moderno	enfoques economicistas del turismo: turismo de litoral (sol y playa)	Geografía física Geografía descriptiva. Polos de crecimiento Lugares Centrales.	<ul style="list-style-type: none"> Espacio como contenedor de flujos económicos. Espacio vacío, pre dado, a histórico. Cartesianismo del espacio. Gran hotelería, altamente densificadas las zonas. Uso primordial el hotelero y turístico. 	Turismo de Litoral Turismo cultural especialmente en centros históricos de ciudades, ligado a monumentalidad, lugares patrimonializados. Turismo de montaña
TERRITORIO HISTÓRICO Y SOCIO CULTURAL LUGAR	Turismo alternativo	Desarrollo endógeno, sustentabilidad, participación social. Nuevos sujetos sociales Nueva ética	Economía regional Economía ambiental Ecología del paisaje Nueva antropología cultural Geografía humana y humanística Discursos ambientalistas Movimientos sociales Perspectivas hermenéuticas Teoría de la complejidad Teoría de sistemas	<ul style="list-style-type: none"> Territorio Lugar corporeizado, situado, concreto. Lugar patrimonio Paisaje cultural. Subjetividad Nuevos sujetos sociales Nuevas éticas Lugar como sujeto social Redes sociales Gobernanza Buen vivir 	Ecoturismo Turismo rural Agroturismo Turismo responsable Turismo consciente.
LUGARES TURÍSTICOS HIPER MODERNOS O CONTEMPORÁNEOS	Turismo Hiper moderno	Nuevas tendencias en turismo: La búsqueda de lo auténtico o identitario o la artificialización y tematización de los lugares.	Mezcla de todos los anteriores Hipermodernidad Economía de signos Economía naranja Imaginario sociales Redes sociales creando realidad	<ul style="list-style-type: none"> Nuevas estéticas Individualismo Vida urbana Experiencial Tensiones y conflictos por el acceso y uso de los lugares Nuevas narrativas Desterritorialización Glocalización Artefactos contemporáneos. Efimeralidad. Presentismo Búsqueda de la fantasía versus el volver a las raíces, naturaleza prístina. Arte público 	Turismo urbano ligado a procesos de competitividad global, marca y posicionamiento. Turismo de naturaleza Turismo cultural ligado a nuevas prácticas y narrativas. Turismo de salud Todas las formas de turismo de las etapas anteriores, pero con nuevas estéticas, narrativas y resignificaciones desde lo contemporáneo.

Fuente: Elaboración propia con base en la información analizada, 2018.

En esta línea argumentativa, las ciudades se constituyen como una de las mejores expresiones de los lugares turísticos contemporáneos. Su diversidad y riqueza cultural y los contenidos simbólicos, sociales y estéticos, dan cuenta de un entramado que va más allá del sentido de búsqueda de lo auténtico y puro (turismo moderno), o lo que fuera denominado como la autenticidad representada (Maccannell, 2003), para expresarse de manera mucho más compleja a partir de hibridaciones de los lugares en donde la mezcla entre lo local y lo global, se evidencia claramente. Allí, el sentido de lugar está mediado por la experiencia de los sujetos que interactúan, mezclando los espacios de ocio del habitante con aquellos del turista, generando en algunos casos, tensiones y prácticas no previstas o indeseables, lo cual finalmente deriva en dilemas éticos del lugar.

Por ello y una vez descritas las principales características de los lugares turísticos contemporáneos, se buscará comprender cómo se expresan estas, a través del análisis de un

destino de reciente aparición como lo es Bogotá, para posteriormente profundizar en una de las principales Zonas de Interés Turístico de la capital: la ZIT Usaquén. Esta zona de la ciudad cuenta con un gran contenido simbólico y estético asociado a la puesta en valor turístico de su legado colonial e histórico, en el que su plaza principal se constituye en nodo atractor de las principales visitas de quienes llegan a la ciudad. Estos contenidos ligados a su pasado, se entremezclan con nuevas estéticas e imaginarios asociados a la búsqueda de experiencias efímeras, presentistas y en donde los artefactos contemporáneos, a través del arte público, los mercados de artesanías, los restaurantes de marca internacional, entre otros aspectos, representan una corporalidad asociada a valores globales de fácil recordación. El abordaje de la ZIT Usaquén se hará a través de dos ejes metodológicos: la corporalidad del lugar y los imaginarios y prácticas sociales de sus habitantes en relación con su lugar de hábitat y sus formas de percepción sobre las dinámicas turísticas en la zona.

Capítulo dos: Bogotá como lugar turístico contemporáneo

*“Qué es una ciudad...una ciudad es un recipiente de experiencias sociales,
una ciudad es un continente lleno de memoria social,
la ciudad es como una piel que va registrando
las diferentes formas como se presentan los acontecimientos históricos
y esa piel queda consignada en el mapa” (G Duby, citado por Zambrano,
2002, p. 136).*

2.1. Presentación

La capital de Colombia empieza a surgir solo recientemente, desde finales de los noventa, como un lugar imaginado como destino turístico, al consolidarse cada vez más como el centro económico del país; al jugar un papel preponderante como eje central de la conectividad de las diversas regiones del territorio colombiano; al impulso de algunas decisiones de política pública distrital, que han ayudado a la creación de una marca internacional; a la puesta en valor de varias zonas gastronómicas, culturales y comerciales y a su posicionamiento en la región como ciudad atractiva para las inversiones, entre otros aspectos. Por ello, en este capítulo se busca comprender como Bogotá ha venido consolidándose en los últimos años como lugar turístico contemporáneo, para desde allí profundizar en los siguientes capítulos, en la corporalidad y en las prácticas e imaginarios sociales de la ZIT Usaqué.

En este capítulo se analizan entonces algunas tendencias globales de los centros urbanos y su impacto en la construcción imaginaria y en la actual configuración de las ciudades, en donde el turismo se ha convertido en un instrumento de apoyo para la proyección de las mismas como centros de atracción internacional, a través del diseño de estrategias de competitividad turística. Posteriormente se revisará cómo diversos instrumentos de política pública en el periodo 2000 – 2017, proyectan Bogotá como un lugar turístico contemporáneo, en donde los actores políticos han jugado un papel fundamental en su

gestión. Por último, en este capítulo se contrasta el posicionamiento de Bogotá como destino turístico desde las diversas formas como los turistas la perciben desde sus contenidos imaginarios, para lo cual se presentan los resultados del sondeo que se aplicó a los mismos en diciembre de 2016.

2.2 El rol del turismo en los centros urbanos contemporáneos

En los últimos años las ciudades vienen sufriendo procesos acelerados de cambio, derivados del impacto de diversos paradigmas de planeación urbana, discursos y tendencias globales, todo lo cual influye profundamente en sus dinámicas. Según Cuervo, el eje de ‘desarrollo y ciudad’ como foco teórico de interés cobró mayor vigencia desde los años ochenta debido a dos razones: una objetiva, relacionada con la consolidación de un mundo fundamentalmente urbano en el que aproximadamente un 50% de la población se concentra allí. En segundo lugar, una razón subjetiva, cuando se impone con mayor fuerza el modelo neoliberal y se debilita el papel del Estado Nacional, predominando la lógica del mercado: “esta confluencia de fenómenos y dimensiones objetivas y subjetivas explica que en los 20 años recientes hayan confluído las búsquedas del desarrollo y la construcción de ciudad, deslizándose desde el escenario nacional hacia el territorial y regional” (2002, pág. 184). El autor plantea cuatro paradigmas de planeación urbana para la comprensión de diferentes enfoques y conceptos de desarrollo presentes en las sociedades contemporáneas: ciudad global (De Mattos, 2002); (Friedmann, 1997); (Fernández A. , 1999); (Cuervo, 2006); (Borja, 2007) , ciudad gobernable (Carrión, 2007); (Balbo, Jordán, & Simioni, 2003), ciudad competitiva (Sobrino, 2002); (Sobrino, 2005); (Silva I. , 2003); (Cabrero, Orihuela, & Ziccardi, 2003) y ciudad sostenible (González, 2002).

Con respecto al enfoque de ciudad global, Cuervo plantea que se presenta una tensión de tipo funcional y espacial que se expresa en múltiples dualidades: el tamaño, el nivel de desarrollo, el papel geopolítico y económico que juegan las ciudades en la dinámica mundial.

El proceso de globalización no solo ha generado un impacto en las relaciones económicas, particularmente entre las organizaciones productivas, sino un cambio en procesos tecnológicos, institucionales, con profundas repercusiones sobre la manera de concebir el mundo.

En esta perspectiva, Fernández (1999), describe que el desarrollo de las tecnologías de comunicación, de los medios de transporte y el crecimiento acelerado del sector servicios, han generado un impacto profundo en la consolidación de las regiones, pero éste no se ha dado en el mismo grado de integración, ni de manera homogénea, lo cual se ha visto reflejado en la conformación de tres tipos de áreas: aquellas integradas a la dinámica global y beneficiarias de estos procesos en lo económico - financiero, lo político y cultural; aquellas semi integradas en las que se presenta un dualismo socio económico y espacial de manera simultánea y no logran consolidarse como centros globales; y la tercera, son aquellas regiones vertedero las cuales no son beneficiarias de estos procesos sino que asumen los costos ambientales, sociales y políticos de los procesos de integración mundial.

Si aplicamos este análisis a la comprensión del fenómeno turístico y desde una perspectiva netamente cuantitativa de llegadas de turistas y recepción de ingresos, se evidencia la consolidación de centros globales de atracción de visitantes, que guarda estrecha relación con los centros emisores comúnmente localizados en centros urbanos integrados de economías llamadas “avanzadas” o emergentes. El mapa global turístico obedece a esta lógica de intercambio entre países industrializados y más recientemente se incorporan en estas dinámicas, los llamados países emergentes.

Ilustración 8 Llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo internacional.

Llegadas de turistas internacionales						Ingresos por turismo internacional						
		(millones)		Variación (%)		\$ EE.UU.		Monedas locales				
Rango	Serie	2015	2016*	15/14	16*/15	Rango	(miles de millones)	Variación (%)	Variación (%)			
1	Francia	TF	84,5	82,6	0,9	-2,2	1	Estados Unidos	205,4	205,9	7,0	0,3
2	Estados Unidos	TF	77,5	75,6	3,3	-2,4	2	España	56,5	60,3	-13,3	6,9
3	España	TF	68,5	75,6	5,5	10,3	3	Tailandia	44,9	49,9	16,9	11,0
4	China	TF	56,9	59,3	2,3	4,2	4	China	45,0	44,4	2,1	-1,2
5	Italia	TF	50,7	52,4	4,4	3,2	5	Francia	44,9	42,5	-22,9	-5,3
6	Reino Unido	TF	34,4	35,8	5,6	4,0	6	Italia	39,4	40,2	-13,3	2,0
7	Alemania	TCE	35,0	35,6	6,0	1,7	7	Reino Unido	45,5	39,6	-2,3	-12,9
8	México	TF	32,1	35,0	9,4	8,9	8	Alemania	36,9	37,4	-14,8	1,4
9	Tailandia	TF	29,9	32,6	20,6	8,9	9	Hong Kong (China)	36,2	32,9	-5,8	-9,1
10	Turquía	TF	39,5	..	-0,8	..	10	Australia	28,9	32,4	-8,2	12,3

Fuente: (Organización Mundial del Turismo, 2017)

Actualmente el turismo se ha constituido en el tercer renglón más importante de la economía mundial después de los productos químicos, el petróleo y la comunicación, contabilizando para el 2017, 1.322 millones de turistas internacionales y el 7% de las exportaciones globales, con un notable aumento del 7% en este año, frente a años anteriores en los cuales desde el 2010, se mantuvo entre un 4 y 5% de crecimiento promedio anual (Organización Mundial del Turismo, 2018). Por su gran impacto global, se le ha considerado como un potente sector que integra centros dispersores de demanda turística hacia territorios emergentes o maduros, fortaleciendo los flujos económicos, culturales, de información y financieros.

En relación con la ciudad gobernable, Cuervo (2002), plantea como objetivo central el fortalecimiento de la institucionalidad y del interés público a través de la negociación de diversos intereses que convergen en los centros urbanos. Esta perspectiva se centra en la construcción de procesos de gobernanza de la ciudad y de capital socio – cultural, que permitan el logro de acuerdos entre los actores sociales. Sin embargo, estos procesos aún son incipientes en América Latina, dada la fragilidad de la descentralización, la poca delegación de funciones del Estado nacional hacia lo local; o si se delegan funciones y competencias, no se acompaña de la suficiente autonomía financiera y administrativa para la toma de decisiones. Sumado a ello, en muchos casos no se cuenta con suficientes

capacidades locales para la gestión, unido a la fuerte intervención de organismos multilaterales y de procesos de negociación o de flujos económicos del ámbito global, como son los flujos turísticos internacionales, todo lo cual impacta profundamente los territorios.

La construcción de la gobernanza urbana le apuesta a una acción colectiva incluyente que facilite los procesos de toma de decisiones en las que se fortalezca la responsabilidad de los actores locales que participan: “La ciudad política se afirma en esencial medida por las estructuras y dinámicas inherentes al capital socio-cultural de la sociedad urbana. Estas estructuras y dinámicas se encuentran vinculadas, a su vez, a espacios cotidianos y paisajes, a percepciones y entendimientos, a valores, actitudes y comportamientos. Se sustenta así, cognitiva y culturalmente, la calidad global del sistema de gobernación de la ciudad” (Seixas, 2008, pág. 139).

En términos de la ciudad competitiva, algunos autores consideran que este enfoque es sólo un instrumento de apoyo para la consolidación y posicionamiento de los centros urbanos a nivel internacional y obedece a una clara lógica de mercado neoliberal, en la que el fortalecimiento de la productividad y la eficiencia son los medios para lograrlo. Se expresa en la mejora de condiciones de infraestructura y comunicaciones, en el mejoramiento de la calidad y cobertura de la educación y en el fortalecimiento de la capacidad de asociación de las cadenas productivas (Cuervo, 2002). Este discurso es instrumentalizado por las dinámicas económicas del turismo, en la medida en que un importante porcentaje del capital se mueve a través de transacciones globales, y cada vez con mayor impacto en la medida en que las tecnologías de intermediación, como los portales transaccionales (Booking, Airbnb, Tripadvisor, etc.), determinan y concentran en buena parte dicho proceso.

En la gestión de las ciudades se buscan mecanismos de integración por la vía del fortalecimiento de su competitividad y productividad, a través del posicionamiento internacional y la diferenciación, como el marketing territorial y la construcción de la imagen,

basada en aquello que los caracteriza y los diferencia, creando referentes, íconos identitarios o artificiales que cambien los imaginarios y representaciones sociales sobre ellos, dada una estrategia de comunicación a través de diversos circuitos globales (Seisdedos, 2004). Se busca la seducción de los turistas para que escojan uno u otro destino, condicionados por los contenidos imaginarios que viajan a través de los medios de comunicaciones y de las redes sociales, en la que la dialéctica lugares identitarios/ lugares artificiales o tematizados está en permanente tensión, como veíamos en el capítulo anterior.

Por último, el paradigma de ciudad sostenible que analiza Cuervo, está enfocado a una relación intergeneracional entre ciudad y ambiente, en la medida en que se plantean retos para las sociedades en el corto y largo plazo: “la búsqueda prospectiva y propositiva del paradigma de ciudad sostenible se centra en el deseo de constituir la dimensión ambiental en el elemento central para la toma de decisiones políticas, públicas, privadas como medio para la necesaria convergencia y convivencia entre los intereses del presente y del futuro” (Cuervo, 2002, pág. 186). En este sentido, el paradigma del turismo alternativo que analizábamos en el capítulo anterior, cobra vigencia también en las ciudades, al construirles un halo de ambientalismo o reverdecimiento, incorporando buenas prácticas de sostenibilidad, promoviendo ciclo rutas, mayores áreas verdes para el tiempo libre de los habitantes y los visitantes, jardines botánicos, etc.

Actualmente en las ciudades y desde estas cuatro perspectivas – ciudad global, gobernable, competitiva y sostenible – se construyen apuestas políticas y los diversos actores sociales toman decisiones, para apostarle a su consolidación como lugares turísticos contemporáneos, en donde la variable más importante es cómo desarrollar capacidad de atracción y competir con otras ciudades a nivel regional o mundial. Esto con el fin de captar una demanda internacional motivada por los negocios, los grandes eventos, la cultura y la recreación, entre otros. Según Montañez, las ciudades tienen “unas manifestaciones concretas al identificar una ciudad determinada, pues ésta tiene sus particularidades en

términos de procesos y productos sociales e históricos. Son estos rasgos, y no los de una ciudad en general, los que invitan a que esa ciudad determinada sea objeto de deseo para pasar a ser conocida y sobre todo experimentada. Es esta la condición central para animar la construcción de una “relación turística”. Esa relación turística es la que construye tanto el “lugar turístico” como al “turista” (2013, pág. 4).

En el caso de las ciudades latino americanas, el impacto que ha tenido el crecimiento demográfico en su configuración en los últimos años ha sido significativo. Estos procesos en algunos casos afectan la calidad de vida, profundizan la pobreza y generan procesos de segregación físico espacial (Corporación Andina de Fomento, CAF, 2011). Así mismo se presenta el fenómeno de policentrismo al interior de los mismos, en el que se crean conglomerados económicos y de servicios, o centralidades, siguiendo el patrón de algunas ciudades norteamericanas y en las que el sector privado entra a invertir un importante capital en procesos de desarrollo urbano complejos, integrando en un solo lugar centros comerciales, usos residenciales, industriales y de comercio (Becerril-Padua, 2000). Estos procesos de consolidación de centralidades, son aprovechados por las dinámicas turísticas, superponiéndose a lógicas físico espaciales de concentración de bienes y servicios, conglomerados socio económicos, las cuales se convierten en la plataforma para la conformación de Zonas de Interés Turístico, como la ZIT Usaquén. Estas dinámicas aportan a la construcción de imaginarios asociados a centros urbanos multiculturales, cosmopolitas e internacionales, de tal manera que se vuelvan atractivos para una demanda de negocios y cultura, ejes centrales entorno a los cuales giran los lugares turísticos contemporáneos, como es el caso de Bogotá, que en su Plan Maestro de Turismo ha propuesto este modelo superpuesto a zonas ya consolidadas de la ciudad, como veremos más adelante.

Para ello y a través de la interconexión mundial o regional, en las ciudades se construyen contenidos sociales, simbólicos y estéticos, a partir del fortalecimiento de su identidad, la creación de atmósferas ligadas a lo urbano, la recuperación del espacio público, la construcción de obras y edificaciones emblemáticas contemporáneas, dentro de las cuales

el arte público cobra día a día mayor vigencia. Además, frente a la urgente necesidad de afrontar las problemáticas ambientales y el mejoramiento de la calidad de vida, la sustentabilidad se ha venido constituyendo en un eje transversal de política pública, aspecto que también suma a la búsqueda de diferenciación y posicionamiento global.

Según Cohen se han creado múltiples instituciones culturales, ligadas especialmente a la oferta de las ciudades, compitiendo agresivamente para captar diferentes mega eventos comerciales, culturales y deportivos: “El turismo de distinción tiende a alentar la transformación y revitalización de los centros urbanos de las partes más desarrolladas del mundo, puesto que buscan convertirse en «ciudades del mundo», centros globales de la cultura y del turismo cultural, atractivas para los sofisticados «post-turistas» (2005, pág. 22) Una de las características de la contemporaneidad, es la simultaneidad de enunciados, discursos, narrativas que coexisten y se expresan en diversos lugares del planeta, lo cual en el turismo se manifiesta de manera exacerbada, como se ilustrará en la ZIT Usaquén.

El lugar turístico contemporáneo recoge múltiples apuestas y discursos políticos, expresándose y reuniendo partículas, fragmentos del mundo y de diferentes estructuras de significación. Soja describió así a la ciudad de Los Ángeles: “todos los lugares y como ningún lugar a la vez, recreando de manera simultánea el sentido más global del mundo con su rica proyección cultural e ideológica, con su casi ubicua u omnipresente proyección de sí misma como una máquina rectangular de sueños para el mundo” (1989, pág. 223. Trad propia). Esta metáfora sobre la ciudad se replica en muchos lugares turísticos especialmente aquellos urbanos, en los que se busca convertirlos en grandes destinos globales: recreación de íconos del mundo: en donde el autor busca comprender las características de la geografía urbana posmoderna, para lo cual, los Ángeles representa su meso cosmos, combinando micro y macro “simulaciones”. La ciudad se ha mistificado, cosa que pasa con muchos lugares turísticos que terminan por creárseles un aura imposible de alcanzar, aun si se viaja allí a cumplir esos sueños: “con exquisita ironía, Los Ángeles contemporáneo ha llegado a

parecerse más que nunca antes en una gigante aglomeración de parques temáticos, un espacio de vida formado de Disneyworlds” (Soja, 1989, pág. 240. Trad. propia).

En las ciudades contemporáneas día a día cobra mayor vigencia, el considerar al turismo como un instrumento de valoración social, simbólica y estética a través de la puesta en valor de atractivos naturales y culturales derivados de su conformación físico espacial e histórica, re creando atmósferas de gran atracción para el visitante. Pero el tema es más complejo en la medida en que múltiples factores ayudan a construir sentido de lugar. De una parte, los discursos institucionales aportan a definir una forma particular de pensar y proyectar hacia adentro y hacia afuera la ciudad. Los imaginarios y las prácticas sociales derivadas de la experiencia turística, construyen también sentidos de lugar y estos circulan velozmente a través de diversos medios de comunicación, lo cual termina por construir nuevas realidades de referencia y significado sobre la ciudad, como veremos en el caso de Bogotá y de manera más detallada en la ZIT Usaquéen.

2.3 El surgimiento de Bogotá como lugar turístico contemporáneo

Bogotá no ha sido ajena a las tendencias de los centros urbanos a nivel mundial en los que se ha impuesto con mayor fuerza un proceso de globalización y por lo tanto un mayor impacto del modelo neoliberal (Cuervo, Globalización y territorio, 2006), generando procesos diferenciales de integración, interacción y tensión entre los sujetos que allí habitan. En este contexto el turismo aparece en la ciudad desde finales de los noventa y, como veremos más adelante, como un instrumento de política pública e impulso a estas dinámicas, en donde las experiencias de los turistas se basan en la apropiación y disfrute de los elementos tangibles e intangibles construidos social e históricamente en el lugar y en la interacción con sus habitantes.

Las formulaciones de las políticas públicas del turismo en Bogotá también han ayudado a construir un contenido simbólico, social y estético como lugar turístico imaginado. Algunas decisiones públicas, si bien han surgido en una línea del tiempo relativamente corta en términos de decisiones e instrumentos que marcan hitos; su evolución está marcada por múltiples agendas, cambio de actores, ires y venires que han constituido las dinámicas de estos procesos. La construcción de múltiples discursos sobre Bogotá como lugar turístico, se han alimentado desde múltiples perspectivas, proyectando diversos imaginarios sobre la ciudad.

En esta perspectiva se analiza el cambio institucional sufrido desde finales de los noventa hasta el presente, en relación con la estructura del turismo en Bogotá y su proyección como lugar turístico contemporáneo, en el cual se incluye la ubicación de este en el entramado organizacional público, así como las normas que le rigen y su interacción con otros organismos e instituciones de carácter público, privado, social o académico, entre otros. Estos aspectos, aportan a la comprensión de las dinámicas presentadas en los últimos años, a partir de lo que han querido proyectar los líderes que representan dichas instituciones, como contenidos simbólicos de la misma. Adicionalmente, las redes que se construyen entre los actores sociales también constituyen estructuras blandas que, implícita o explícitamente, proyectan y canalizan recursos y decisiones estratégicas con impacto en los cambios, transformaciones y contenidos imaginarios de la ciudad.

Si bien hay algunos antecedentes de institucionalización del turismo desde lo nacional hacia Bogotá, estos procesos sólo recientemente generan un impacto significativo en la conformación de una agenda pública. Particularmente, la formulación de la Ley 300 de 1996 o Ley General de Turismo, reglamentada en el año 1998, le da un nuevo marco jurídico y legal a la actividad en Colombia, impactando y reorientando las diversas políticas públicas y proyecciones de la ciudad. Es de anotar que, para esa misma época, la estructura institucional turística de Bogotá, aún es bastante débil, no cuenta con los recursos, ni con la

institucionalidad ni con la capacidad técnica para su adecuada gestión. Así lo plantea Clara Inés Sánchez (2017), quien tuvo un papel protagónico en el fortalecimiento y posterior creación de una entidad pública dedicada de manera exclusiva al eje de turismo:

“(…), lo que sucede años después, es que la cultura empieza a cobrar una relevancia importante a nivel mundial y Bogotá no va a ser la excepción, de acoger esta importancia y boom, mientras el turismo decaía en el país por el tema del conflicto armado. Estamos hablando de la década de los noventa, marcada por el terrorismo. Esto trae como consecuencia, en su primera alcaldía, que Antanas Mockus cerrara la Subdirección de Turismo. Esta sencillamente desaparece en ese primer periodo”.

“En el año noventa y ocho, en su primera alcaldía Enrique Peñalosa vuelve a abrir la Subdirección de Turismo, pero como había estado cerrada varios años; pues inicia sin fuerza, con dos personas un subdirector y un ayudante y con el tiempo fue creciendo, le fueron aumentando el presupuesto; yo estuve trabajando un tiempo allí como contratista, puedo dar fe de cómo pasamos de dos a cuatro profesionales, y luego se pasó como a ocho o a diez, digamos que fue creciendo. El presupuesto era el 2% de la entidad; cuando yo después de un tiempo asumo la Subdirección de Turismo hacia julio de 2005, había una planta muy reducida porque precisamente turismo había perdido la planta de personal y ya se había redistribuido en otras áreas de cultura. La planta de turismo eran cinco personas, pero ya para ese entonces tenía unos diez contratistas y más los puntos de información que habíamos estado abriendo, pues digamos que ya era un poco más robusta esa subdirección”. (Sánchez, 2017).

Efectivamente el turismo hasta inicios del 2000, se concibe como un apéndice de la cultura y como una actividad poco importante y marginal de las dinámicas de la ciudad. Coincide esta iniciativa con la formulación del primer Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2000), que como acuerdo social propone una visión de largo plazo en la planificación y gestión de la corporalidad del lugar manifestada en sus componentes físico espaciales. El Instituto Distrital de Cultura y Turismo recoge los lineamientos establecidos por este instrumento, a través de la articulación del componente turístico a las estructuras de dicho modelo de ordenamiento: la estructura ecológica, la estructura socio económica y la estructura funcional y de servicios. Es decir, se plantea que las prácticas turísticas, los productos y servicios deben super ponerse a dichas estructuras, generando una forma particular de leer el territorio desde este lógico físico espacial del lugar. Simultáneamente y asociadas a estos conglomerados, empiezan a surgir de manera

espontánea, una oferta de restaurantes y algunos hoteles, todo lo cual va a consolidar zonas gastronómicas y turísticas de la ciudad.

En el año 2004, y tal y como lo establece la Ley 388 de 1997, se hace una revisión del POT, de tal manera que se fortalezca la estrategia de ciudad región, pasando de una visión de ciudad cerrada a una ciudad abierta a las dinámicas de su entorno. En materia turística y siguiendo los lineamientos de competitividad para la ciudad, se crea la Mesa de Turismo Regional, en la cual se diseña un portafolio de productos turísticos de la Región Central: Bogotá asociada con los departamentos de Cundinamarca, Boyacá y Tolima. Allí se consideran múltiples productos, rutas e itinerarios que van a incorporar la oferta natural y cultural de la zona, a través de diversas tipologías turísticas, como el ecoturismo, el turismo cultural y de naturaleza. Se empieza desde entonces a construir un imaginario de multi productos asociados al componente natural de la ciudad, así como un emergente turismo de negocios y eventos.

En el año 2007 y como resultado del proceso de negociación al interior del Distrito para que se separe el ámbito del turismo del de la cultura, se crea el Instituto Distrital de Turismo como organismo adscrito a la Secretaría de Desarrollo Económico; de tal manera que se cuente con mayor autonomía y asignación para su gestión. Esta decisión pública le da un giro significativo a la gestión del turismo de Bogotá al separarse de la gestión cultural, e inscribirse en la política económica de la ciudad, tal y como lo afirma Rosa Margarita, Figueredo, quien posteriormente va a ocupar por varios años la Subdirección de gestión de destino en el nuevo Instituto:

“Eso arrancó en el año 2005 exactamente, durante la alcaldía de Luis Eduardo Garzón, se estaba haciendo toda la reorganización del distrito que aún hoy persiste a excepción de la Secretaría de Seguridad que es desde esta administración Peñalosa. En ese entonces el Alcalde Garzón hizo toda una transformación institucional que fue organizar a Bogotá en 13 sectores de atención a la gestión pública y dentro de esos sectores obviamente la cultura, dentro de la cultura no tenía cabida el turismo. Se tomó desde ese momento la decisión de que turismo estuviera

dentro del sector de desarrollo económico, paralelamente en ese momento en el Instituto de Cultura y Turismo de Bogotá, estaba Clara Inés Sánchez, como Subdirectora de Turismo y entonces se da la gestión con apoyo de Gustavo Toro” (Figueredo, 2017).

Así lo corrobora Clara Inés Sánchez, quien describe los procesos de negociación que se tuvieron que dar para lograr la creación de esa institución, dada la poca credibilidad en el turismo para la ciudad:

“Esto fue en la alcaldía de Luis Eduardo Garzón; cuando él decide hacer una reforma administrativa, contrató un equipo estrictamente para que se dedicara a eso, mi gran preocupación, estoy hablando de mediados del 2006, yo ya era Subdirectora, habíamos formulado la Política Pública para turismo de Bogotá, o por lo menos ya habíamos empezado a formularla, y un Plan de Competitividad... pero mi gran preocupación fue porque yo asistía a las reuniones de cultura, que citaba la directora de ese entonces, pero yo no escuchaba turismo por ningún lado. Me comentan, o nos comentan, que va a haber una Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, que se va a crear una Secretaría de Desarrollo Económico que no existía. Entonces yo pregunto: ¿perdón y turismo dónde va a quedar? pues que tenían que averiguar. Después averiguan y me dicen que va para Desarrollo Económico: “Sí, pero a mí no me ha llamado nadie para ninguna reunión” ... entonces realmente turismo no importaba mucho, y como no me “paraban bolas” pues yo me fui a buscar a las personas de la reforma administrativa y les dije yo soy “fulana de tal”, soy la Subdirectora de turismo, yo necesito que ustedes me indiquen donde quedó ese sector, no me han llamado y ¿aquí quién está de doliente de esto? ¿dónde fue que quedó turismo?, y me dicen como gran cosa que turismo si va, que no me preocupe que está como una actividad o una de las funciones de una dirección de competitividad de la Secretaría de Desarrollo Económico que se iba a crear” (Sánchez, 2017).

“Ahí empezó mi gran preocupación, yo les dije: yo necesito que ustedes me regalen al menos una hora para hacerles una presentación de turismo, me dieron la hora y por supuesto yo tuve que hacer la súper presentación, para poder vender la importancia del turismo. Entonces la verdad surte efecto, después me llamaron a decirme que me daban una buena nueva, que habían creado una Dirección de Turismo en la Secretaría, pero como turismo necesita mucha ejecución y conociendo yo un poco las estructuras de las otras secretarías, yo consideré que se iba a perder, y me dijeron imposible aceptar su propuesta; yo quería una corporación mixta como la de Cartagena, pero me dijeron que eso era imposible, que era absolutamente imposible porque para eso se necesitaba un decreto y ya no había tiempo; pero que por qué no si la Dirección estaba bien; yo les explicaba porque una dirección era insuficiente...Pero digamos que ellos insistieron que la reforma a cero pesos y es cierto, la reforma era a cero, así fue como la aprobó el concejo, entonces uno no puede pensar en crear nuevas entidades” ” (Sánchez, 2017).

Estos antecedentes dan cuenta de la poca importancia que en ese periodo se le da al turismo como política pública de la ciudad; postura, que como veremos en otros momentos de su desarrollo, depende de que quiénes gobiernen, crean o no en su relevancia. Como lo evidencia Clara Sánchez, la gestión del turismo en el distrito ha sido bastante compleja, dada la poca credibilidad en su impacto económico, social y territorial: “...entonces le van a decir al alcalde que tiene que anexar al decreto, que ya estaba aprobado, un parágrafo que diga

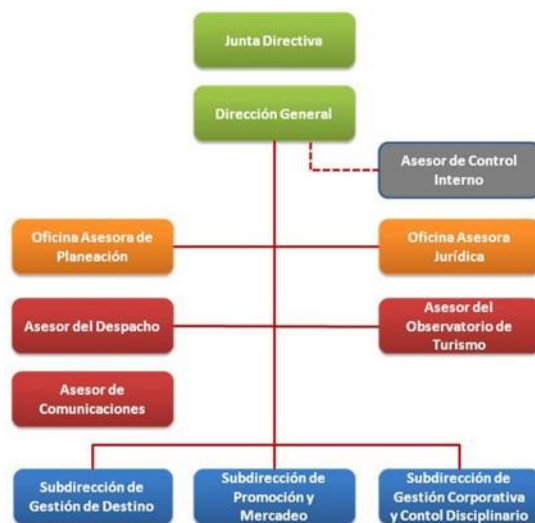
que tenían que crear una entidad para turismo en los tres primeros meses del año siguiente y así fue” (Sánchez, 2017).

De hecho, la creación de lo que posteriormente va a denominarse como Instituto Distrital de Turismo, implicó bastantes procesos de concertación y negociación, para lo cual el discurso que prevaleció para trasladar el eje de turismo del Instituto Distrital de Cultura y Turismo y que pasara a la Secretaría de Desarrollo Económico, es que se empieza a considerar como un sector económico que puede ser relevante para la ciudad. Así mismo, se logra una mayor visibilidad del sector en la estructura administrativa del distrito, con asignación propia de presupuesto, inversión y personal, entre funcionarios y contratistas. Por lo tanto, se incorpora una adenda en el mes de diciembre de 2006, ad portas de la aprobación de la reforma institucional integral del distrito. Esta empieza a implementarse a partir de enero de 2007, creándose temporalmente en febrero de ese año, la Dirección de Turismo como instancia dependiente de la Secretaría de Desarrollo Económico, mientras se creaba el IDT en el mes de marzo. Como primera Directora nombran a Marcela Bustamante (ex esposa de Antonio Navarro Wolf, del grupo político del alcalde de ese momento), quién no tenía experiencia en el sector, pero es una decisión que obedeció más a compromisos políticos:

“Fue una cuestión netamente política, en estos cargos son decisiones políticas, decisión prácticamente del alcalde, pero Clara Inés entra como Subdirectora de Gestión de Destino en el Instituto y en mi caso particular sigo como contratista, como en el anterior Instituto. Después se produce la salida del Subdirector de Promoción que era Mateo Jaramillo, entonces la Directora Marcela toma la decisión de que Clara Inés pase a la Subdirección de Promoción y que yo asuma como funcionaria de la Subdirección de Destino a partir del 2007” (Figueredo, 2017).

Esta nombra a Clara Inés Sánchez como Subdirectora y se estructura la institución con dos áreas misionales estratégicas y una de gestión administrativa:

Ilustración 9 Estructura Instituto Distrital de Turismo - IDT



Fuente: (Instituto Distrital de Turismo, 2018)

Durante ese primer año se busca fortalecer administrativamente el IDT. La imagen que se quiere proyectar de la Bogotá turística de ese entonces va a estar ligada especialmente a su articulación con la dinámica y los grandes eventos culturales de la ciudad, como la feria del libro, el ser la capital de la cultura, etc. Posiblemente aún persistía un fuerte vínculo con el eje de cultura de la ciudad, además por la impronta que le orienta la subdirectora por venir de ese Ministerio. La naturaleza o las áreas rurales de la ciudad no son en ese momento un contenido simbólico importante de proyección de marca de la ciudad y no se consideran tan significativos ni como potenciales para la estrategia de promoción turística; si bien a los pocos años se inician proyectos de apoyo en turismo comunitario a comunidades campesinas en las zonas de Verjón Alto, Verjón bajo, Usme, Soacha, y Sumapaz. En este sentido toma mayor valor sus componentes urbanos ligados a una lógica de la cultura. La creación de las dos sub direcciones recoge una manera particular de concebir la ciudad turística: la primera sub dirección, la de gestión de destino, va a estar enfocada a la oferta turística ya reconocida, a la puesta en valor de los atractivos, rutas, itinerarios y a la definición de los productos turísticos: al alistamiento del destino para recibir a los turistas. El componente de ordenamiento y desarrollo territorial, se va abordar posteriormente, hacia el año 2008 en

adelante, para lo cual se diseñan proyectos tan importantes como el de señalización turística de la ciudad y la formulación del Plan Maestro de Turismo, cuyo análisis se retomará más adelante. La Sub dirección de Promoción, como su nombre lo indica se encarga de proyectar la imagen de la ciudad, el diseño de la estrategia de posicionamiento, la participación en ferias internacionales, entre otras:

¿Por qué Gestión de Destino? Fue un nombre que escogimos para no ponerle competitividad porque se confundía con la Dirección de Competitividad que ya había en la Secretaría de Desarrollo Económico y pues analizando las funciones: yo de alguna manera tomé de modelo el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; entonces dije, allá tienen dos direcciones, pero no me gusta Calidad y Desarrollo Sostenible del turismo. Me acuerdo que yo decía, porque me parece que se queda corta para un tema como Bogotá donde el tema de las localidades territorialmente es tan importante, entonces le puse Gestión de Destino” (Sánchez, 2017).

Para ese mismo año se crea el Convention and Visitors Bureau, que va a tener la misión de captar los grandes eventos para la ciudad y promoverla como destino de negocios, al contar con el hub más importante de América Latina, después de México. Aparecen las primeras alianzas importantes entre el IDT y el Buró, para apoyar la estrategia de promoción y fortalecimiento de este último. El distrito y el sector privado, se vinculan a través de una estrategia público privada, para impulsar al mencionado buró de tal manera que se concentre en promover la ciudad como destino de grandes eventos y en su posicionamiento, impulsándola como destino con alta competitividad internacional.

Así mismo, se formula el Plan de Competitividad Turística (2006), el cual va a constituirse en un instrumento orientador de las acciones que se desarrollarán en el área de Gestión de destinos del IDT: “se logró sacar el Plan de Competitividad Turística de Bogotá con 8 estrategias que me las conozco muy bien porque para mí, fue la guía de orientación cuando asumí en el Instituto como Subdirectora” (Figueroa, 2017). Se diseña, además, la Política Distrital de Turismo (2008) cuyo objetivo principal es la generación de riqueza colectiva y la distribución de ingresos a través de la atracción de mercados internacionales y nacionales:

“Configurar un modelo de desarrollo turístico sostenible y competitivo para la ciudad y su zona de influencia, la región capital, que le brinde al sector un soporte institucional transversal requerido por sus propias características, que propenda por el posicionamiento de la ciudad en los mercados nacionales e internacionales como un destino atractivo bajo criterios de diferenciación, especialización y adecuada gestión, de forma tal que permita aumentar los niveles de satisfacción del visitante actual, incrementar el volumen de viajeros y su gasto en la ciudad, impactando positivamente el desarrollo económico mediante la generación de riqueza colectiva y la distribución del ingreso” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2008, pág. 27).

El objetivo de la política evidencia un giro en los imaginarios que hasta hacia poco concebían el turismo como marginal y asociado fundamentalmente a la cultura, para enfocarse en un discurso centrado en la búsqueda de la competitividad internacional de la ciudad en un mercado mundial y de perspectiva económica, recogiendo claramente el paradigma de ciudad global que se describía anteriormente.

En el periodo de apertura del IDT, la entidad contrata la formulación de la política turística de Bogotá a la universidad Externado de Colombia, documento que fue finalizado en el 2007. Sin embargo y dado que hubo cambio de administración en el 2008, la nueva directora, Elsa Victoria Muñoz, contrata nuevamente dicha formulación a un consultor externo. esta decisión genera bastante debate en el sector, dado que recientemente se había formulado un primer documento, el cual había sido concertado con los diversos actores, por lo cual la entidad planteó que este último documento era solo un ajuste al primero.

Así mismo, el IDT promueve desde ese año un eje que ha sido transversal y aún se mantiene muy vigente en Bogotá, el de la sostenibilidad, Para lo cual se promueve a través de convenios inter administrativos con gremios como Acodrés, Anato, Cotelco Bogotá y el Externado, para la implementación de las Normas Técnicas Sectoriales en Turismo Sostenible, que fundamentalmente, impulsan buenas prácticas en las empresas y en el destino. De hecho el modelo piloto de hoteles sostenibles para Colombia, se adelanta en Bogotá, con 20 establecimientos pequeños, que lograron certificarse bajo la norma 001.1 (Universidad Externado de Colombia, 2006).

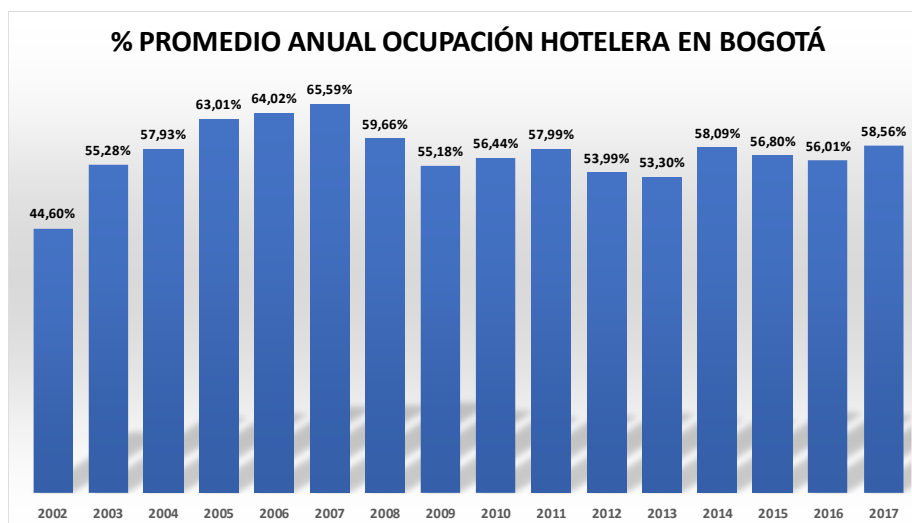
“un frente de trabajo es la calidad de los empresarios, impulsemos la aplicación y certificación en normas de calidad, pues que maneja el Externado. La forma de hacer rápido esto, no había mucho tiempo para hacer una licitación pública, entonces a la figura que acudimos es la realización de convenios con el sector privado, con los gremios, para la implementación de las normas de calidad de turismo sostenible y lograr en buena medida la certificación. Se vuelve eso un proyecto muy importante que logra salir muy a finales de diciembre. La ejecución se va en el 2007” (Figueredo, 2017).

Según Rosa Margarita Figueredo, Subdirectora de Gestión de Destino entre el 2008 y el 2012, dentro de los aspectos positivos a destacar con la creación del IDT, se encuentra:

“El reconocimiento del turismo dentro de la administración distrital, como un Instituto descentralizado, así tenga limitaciones en su reconocimiento y en sus recursos. Se formuló la política de turismo que empezó a ser un eje desde el 2008, hasta el presente, porque todavía no han adoptado la que se planteó recientemente, se están ejecutando algunas cosas, pero están en ese proceso; y se empezó a hacerse visible en el plan de desarrollo de la alcaldía, el turismo con proyectos de inversión” (2017).

En paralelo a la gestión pública del turismo, desde comienzos de los años noventa se genera un crecimiento de la oferta hotelera de Bogotá, impulsada en gran medida por la exención tributaria que crea el gobierno nacional en el año 2003 y que impacto el crecimiento de este subsector en la ciudad. Estos resultados están asociados a la dinámica de crecimiento económico del país, en la que la ciudad aportó un 24,4 del PIB nacional (Revista Semana, 2012) con un crecimiento entre enero y septiembre, de 3,9%. Para el 2013. El sector de comercio, restaurantes y hoteles, aporta un 4,3% para el primer semestre del 2013 y entre el 2000 y el 2012 el crecimiento promedio de Bogotá ha sido del 4,6%, por encima en 0,03 puntos de la media nacional (Departamento Nacional de Estadística, DANE, 2014). A continuación, se presentan los porcentajes promedio de ocupación hotelera del periodo 2002 – 2017, el cual ha sido en términos generales estable, pero es relativamente bajo frente a otros centros urbanos de América Latina:

Ilustración 10 Promedio Anual Ocupación Hotelera en Bogotá.



Fuente: Indicadores Hoteleros, 2002 – 2018 (Asociación Hotelera y Turística de Colombia, Cotelco., 2002 - 2018)

Es de anotar que el porcentaje promedio de ocupación hotelera en el 2017 fue del 58,56%, por debajo de la media en otros centros urbanos a nivel nacional e internacional, denotando una fuerte competencia. Así lo evidencia la Asociación Hotelera de Colombia Cotelco: “El propio sector encendió las alertas por la edificación excesiva de estos establecimientos, a tal punto que se habla de una sobreoferta en Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. En algunas zonas de la capital del país esto es notorio. Hay preocupación por una saturación en áreas como Ciudad Salitre, el Parque de la 93 o el barrio Chicó” (Revista Semana, 2012).

Este desarrollo inmobiliario hotelero de los últimos años ha traído como consecuencia una sobrevaloración del costo del metro cuadrado por factores relacionados con la llegada de capital externo, creando otras lógicas de valorización económica del uso residencial o comercial, en el que algunos inmuebles pueden llegar a costar igual o más que el metro cuadrado de grandes centros financieros mundiales. En el capítulo 4, se evidencia cómo el desarrollo comercial, inmobiliario ha cambiado significativamente la corporalidad en la ZIT Usaquén.

Esta dinámica de crecimiento hotelero deriva en problemáticas asociadas al uso ilegal del suelo por el sector privado, a partir de la implantación de alojamientos en zonas no permitidas en el POT, de uso residencial, en barrios tradicionales de la capital, como Quinta Paredes y el Chicó. Esta situación hace que, en el año 2007, la agremiación de hoteles de la ciudad - Cotelco, solicite al Distrito el análisis de este impacto, iniciativa que coincide con la necesidad de formular el Plan Maestro de Turismo –PMT- como instrumento de primera jerarquía del Plan de Ordenamiento Territorial¹.

Dicho plan se formula entre el 2008 y el 2011 y propone la identificación de Zonas de Interés Turístico –ZIT- coincidentes mayoritariamente con las centralidades correspondientes a la estructura socio económica de la ciudad: “Territorialmente el sector turístico aprovecha la concentración de actividades principales y complementarias a su naturaleza, y se localiza en áreas consolidadas (definidas en el POT como centralidades en su gran mayoría), generando el desarrollo y encadenamiento de micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, para lo cual se sirven y apoyan de la infraestructura urbana, de la infraestructura vial, del sistema de movilidad, accesibilidad y equipamientos de la ciudad” (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2011).

Si bien el PMT estaba formulado para el 2011, por decisiones de la administración distrital relacionadas con el cambio en el enfoque del modelo de ordenamiento territorial, dicho instrumento no queda articulado al POT. Se expide un decreto por parte de la Alcaldía Mayor de Bogotá (2011), de tal manera que el IDT como organismo encargado de la ejecución de la política Distrital en esta materia, busque consolidar la ciudad como “Destino turístico competitivo y sostenible”, en el marco de la política económica de la ciudad.

¹ Los Planes Maestros “son instrumentos de planeación de primera jerarquía en el marco de la estrategia de ordenamiento de la ciudad-región. Además, definen lineamientos comunes de carácter técnico y operativo, construyendo una visión integral del territorio, la gestión urbana en su formulación y el diseño de instrumentos de gestión interinstitucional en su ejecución, así como la construcción de escenarios de articulación intersectorial. Cada uno contempla un equilibrio de los objetivos, políticas y estrategias propuestas frente al diagnóstico sectorial y territorial” (Secretaría de Planeación Distrital: www.sdp.gov.co, consultado el 29 de junio de 2013).

Para lograr este objetivo, se plantea que dicho instrumento se gestione a través del “ordenamiento, la puesta en valor de la oferta natural y cultural del territorio, generando condiciones para la asociatividad, promoviendo la localización y el fortalecimiento de los componentes turísticos y la consolidación de las Zonas de Interés Turístico, ZIT, bajo los parámetros de diferenciación y especialización” (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2011, pág. 6). Se busca establecer criterios de ordenamiento físico espacial de los diversos componentes que hacen parte de la oferta turística de la ciudad, como los atractivos naturales y culturales; la cadena productiva en la que se incluyen bienes y servicios asociados: alojamientos, agencias, transporte turístico especializado, estructura de movilidad, seguridad e información turística, entre otros.

Estos componentes se ordenan de acuerdo con los componentes urbano y rural de la ciudad y por ámbitos geográficos y político administrativos de gestión, que van desde Bogotá Distrito, Bogotá Sabana, Bogotá Región Capital y Bogotá Región Central, en los cuales se busca su articulación y complementariedad territorial a través de circuitos e itinerarios y mejorando sus condiciones de conectividad, accesibilidad y señalización turística. Además, en la formulación de dicho instrumento se explicitan las diversas tipologías de turismo a las que le debe apostar la ciudad, recogiendo múltiples imaginarios asociados a los valores culturales, naturales y con atractivos contemporáneos que empiezan a surgir con mayor fuerza en los últimos años, como veremos más adelante en la ZIT Usaqué.

- Para el ámbito urbano: turismo cultural, turismo de negocios, turismo de salud y turismo religioso.
- Para el ámbito rural: Ecoturismo, turismo rural comunitario y agroturismo.

El PMT propone estrategias y programas para los mencionados ámbitos y en función de su articulación a las decisiones estructurales de usos y reglamentación del suelo, definidos por el Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá:

Tabla 3 Estrategias y programas del PMT

Estrategia	Programa
Estrategia de ordenamiento	Consolidación de la Región como destino turístico Valoración del componente rural de Bogotá para la promoción y gestión de su uso turístico sostenible Articulación de lineamientos turísticos con proyectos estratégicos. Consolidación de Zonas de Interés Turístico, ZIT.
Estrategia socio económica	Fortalecimiento de la cadena de valor del turismo. Fortalecimiento del producto turístico
Estrategia de gestión y financiación	Gestión institucional. Financiación de las ZIT.
Estrategia para la construcción de la identidad de las ZIT	Construcción de la identidad de las ZIT.
Instrumentos de seguimiento, evaluación y ajuste al plan.	

Fuente: Elaboración propia con base en decreto 664 (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2011)

Es de destacar que en el PMT se plantea la articulación con planes estratégicos urbano-regionales como el Plan Zonal del Aeropuerto, el Plan de Manejo de la Reserva Bosque Oriental de Bogotá, el Plan de Ordenamiento y Manejo de la Cuenca del Río Bogotá, el Plan Maestro de Movilidad, el Plan Maestro de Espacio Público y el Plan Director del Parque Metropolitano Simón Bolívar, entre otros. Se establece que los equipamientos de turismo “son el conjunto de áreas, edificaciones, instalaciones y dotaciones con vocación turística localizadas en el territorio, que prestan un servicio integral a los visitantes o turistas, en red con los equipamientos y servicios definidos en el POT” (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2011, pág. 11). Para ello, se plantean las funciones de los equipamientos turísticos de la ciudad:

Tabla 4 Estructura Jerárquica de los Equipamientos del Plan Maestro de Turismo

Tipo de áreas, edificaciones, instalaciones y dotaciones	Características.	Denominación para el Plan Maestro de Turismo.
Hoteles	<ul style="list-style-type: none"> Todos los edificios que prestan servicios de hospedaje. 	<ul style="list-style-type: none"> Equipamiento prioritario de primer nivel. Nota: No deberá quedar afectado por la actividad dotacional definida en el POT.
<ul style="list-style-type: none"> Aeropuertos, terminales de transporte, hospitales, centros de convenciones, equipamientos de la administración pública, club y escenarios deportivos, iglesias, equipamientos de culto, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Equipamientos, de apoyo al servicio turístico. Servicios urbanos Básicos y Equipamientos colectivos, definidos en los 17 planes maestros. 	<ul style="list-style-type: none"> Equipamientos de apoyo al servicio turístico.
<ul style="list-style-type: none"> Restaurantes, comercios, agencias de viajes, cafeterías, balnearios, ciudades vacacionales, camping, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Servicios comerciales complementarios al servicio hotelero y turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> Servicios complementarios de la actividad turística de carácter comercial y de servicios.
<ul style="list-style-type: none"> Redes de servicios públicos, parqueaderos, vías, transporte y red de Espacio Público, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Infraestructuras básicas de prestación del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> Infraestructuras asociadas al Plan Maestro de Turismo.

Fuente: (Secretaría de Desarrollo Económico, 2009)

Se definen 19 Zonas de Interés Turístico del ámbito urbano², dentro de ellas la de la ZIT Usaqué, buscando su mejoramiento a través de la intervención en el espacio público, el desarrollo de proyectos de señalización turística peatonal y la construcción y puesta en operación de Puntos de Información Turística:

Tabla 5 Zonas de Interés Turístico

ZIT Bogotá

² El enfoque adoptado por el Plan Maestro consiste en volver más competitivo y sostenible al sector turístico, teniendo en cuenta que el entendimiento de una lógica territorial del Turismo frente a la oferta, se define contemplando la especificidad de los productos turísticos en cada uno de los siguientes componentes: i) Los recursos de atracción constituidos por los recursos naturales y los bienes culturales. ii) La planta turística conformada por los bienes públicos y privados y los servicios principales, complementarios y de apoyo de la actividad turística; iii) La infraestructura, las condiciones de conectividad, movilidad, accesibilidad y señalización turística; y iv) La superestructura, que está determinada por el conjunto de actores públicos y privados, que regulan, coordinan, fomentan o intervienen en el desarrollo de la actividad turística.

1. Usaquén	6. Nogal	11. Galerías/ Campin	16. Candelaria
2. Calle 100	7. Calle 72	12. Corferias/Quinta	17. Tercer Milenio
3. Parque 93	8. Lourdes	Paredes	18. Ciudad Salud
4. Calle 82	9. Chapinero	13. Salitre	19. Veinte de Julio
5. Country	Central	14. Américas	
	10. Teusaquillo	15. Centro	
		Internacional	

Fuente: Elaboración propia con base en decreto 664 (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2011)

En esta perspectiva, la lógica físico espacial propuesta por el PMT, es superponerse a la plataforma de conglomerados económicos ya consolidados, es decir, la valoración especialmente del viajero de negocios o de descanso, que usufructúa el territorio a partir de los bienes y servicios ya consolidados, unido a la dinámica de internacionalización y posicionamiento de marca territorial, bajo un enfoque de ciudad competitiva y global, discurso que aún hoy sigue vigente. En la ZIT Usaquén particularmente, van a confluir estas apuestas de valoración turística, con su gran capacidad de atracción, dados sus valores culturales vinculados al legado colonial y a dinámicas contemporáneas en las que surgen centros comerciales, hoteles, bares y la aparición de mayores usos del espacio público durante los fines de semana.

De acuerdo con lo anterior, el enfoque del PMT se enmarca en el paradigma del lugar turístico moderno, como veíamos en el primer capítulo, concebido como espacio físico territorial material (Lozato, 1993), el cual obedece a una forma de leer la ciudad a partir de un orden articulado, lógico de implantación de conglomerados de oferta de alojamiento, restaurantes, agencias de viajes y otros servicios de apoyo, conformándose a partir de su dinámica como agentes económicos y productivos, especialmente. Esta perspectiva se

construye desde categorías de territorio físico espacial o de espacio físico, contenedor de lógicas económicas materiales, que se expresan en las diversas maneras cómo se organiza el entramado de prestadores de servicios turísticos y la manera como se conectan con las dinámicas financieras, culturales o de servicios, así como su articulación a la oferta de atractivos de la ciudad.

De otra parte, surge una iniciativa desde el sector privado, liderada por la Cámara de Comercio de Bogotá, para constituir un clúster de turismo de negocios y eventos de la ciudad, proyecto que se concreta a finales del 2012, y en el que se articulan diversos actores: Corferias, el Buró de Convenciones, agremiaciones del sector como Cotelco (Asociación Hotelera de Bogotá), Anato (de agencias de viajes), Acodres (de restaurantes), Opain, representantes del sector aéreo, de los empresarios y de la academia y de otros intereses, para trabajar de manera articulada con el fin de acompañar y dinamizar el tejido empresarial desde una perspectiva económica de la actividad, buscando nuevamente su proyección internacional y su posicionamiento competitivo:

“La Iniciativa Clúster de Turismo de Negocios y Eventos –que cuenta con el liderazgo y apoyo institucional de la Cámara de Comercio de Bogotá– es un escenario neutral donde líderes empresariales, Gobierno, entidades de apoyo y academia trabajan colaborativamente para incrementar la productividad y competitividad del sector. Está integrada por actividades económicas relacionadas con la promoción del turismo de negocios como: hotelería, recintos feriales, agencias de viajes, restaurantes, transporte aéreo y terrestre, organizadores profesionales de congresos y eventos” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018).

Posterior a la adopción del Plan Maestro de Turismo a través de la Secretaría de Desarrollo Económico, aparece un nuevo discurso de inclusión social a través del turismo. En el periodo del alcalde Petro (2012 – 2015), se hace énfasis en la inclusión de la población LGTBI en las estrategias de diseño de producto turístico especializado y se nombra por primera vez en la dirección del IDT a una mujer transgénero. Durante este periodo se hizo hincapié en “diseñar nuevos productos turísticos y evaluar la oferta de la ciudad; el desarrollo turístico a partir del

fortalecimiento empresarial y el desarrollo de una cultura de responsabilidad social; fortalecer las relaciones interinstitucionales y establecer alianzas estratégicas. El enfoque más destacado fue el de crear oferta con perspectiva de respeto a la diversidad de género, lo cual empieza a visibilizar un nuevo imaginario, asociado a la transversalización de políticas diferenciales que se empiezan a concretar en la oferta turística y en la promoción y mercadeo del destino. Este enfoque se vuelve a invisibilizar con el nuevo alcalde Peñalosa, en el periodo 2016 – 2019.

Así mismo, en ese periodo si bien se mantienen las dos líneas estratégicas: gestión de destino y promoción, se hace mayor énfasis en la preparación de las comunidades menos favorecidas para el desarrollo turístico. De hecho, al inicio de esa administración se da un debate en el sector, dado que se incluye en la gestión del IDT, un eje de recreación para poblaciones menos favorecidas de la ciudad; lo cual misionalmente no le correspondía a esta institución, dado que dicha política la ejecutan otras instancias del distrito.

En la administración del alcalde Peñalosa, 2016- 2019, también se mantienen las dos subdirecciones, gestión de destino y promoción. Se promueve la articulación de la estrategia de diseño y promoción de la ciudad a uno de los programas bandera de esta administración: las ciclo rutas. De hecho, recientemente en el 2018 se acaba de inaugurar una bicitravesía ruta Bio-Metrópolis, que recorre parte de los cerros orientales y que ha sido articulada a la RAPE Región Central. Es de anotar que en la vitrina turística de Anato del año 2018, el IDT diseña un stand bastante llamativo y contemporáneo, en el que los visitantes pueden disfrutar de un bici recorrido a través de realidad virtual y se exhibe un muro con grafitis para que los visitantes dejen su impronta sobre lo que les inspira la ciudad:

Ilustración 11 Stand del Instituto Distrital de Turismo en la vitrina turística Anato 2018.

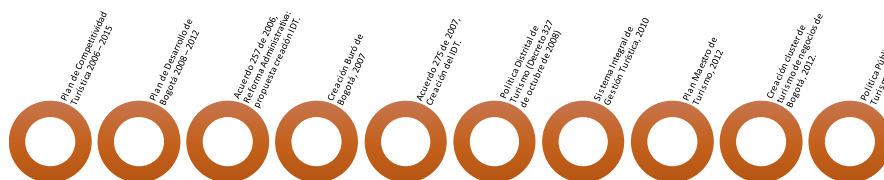


Fuente: http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/all/themes/turismov2/images/Galeria/GaleriaAnato_1.jpeg

Actualmente, empiezan a aparecer otras miradas sobre el lugar, las cuales se están proponiendo desde algunos agentes privados que empiezan a promover rutas e itinerarios asociados a arte público, grafiti, city tours en bicicleta, arte urbano, así como nuevas narrativas asociadas a miedos como recorridos de fantasmas, de ángeles, de la ciudad urbana y gastronómicas, entre otras apuestas.

A continuación, se presentan un resumen de los principales hitos que se ha expuesto en la construcción de diversos imaginarios asociados a las políticas públicas y a la gestión de los actores, en la construcción de diversas formas de valoración turística de la ciudad:

Ilustración 12 Instrumentos de política pública de turismo 2006 - 2018



Fuente: Elaboración propia con base en la información recolectada, 2018.

En síntesis, en materia turística en la ciudad, se han dado arreglos institucionales formales o informales, que se han tendido a estabilizar en el tiempo y se expresan a través de la creación de organismos públicos como el IDT, o instancias de articulación inter institucional como el clúster de turismo de negocios de la ciudad y el Buró de Convenciones, entre otros. Los principales contenidos simbólicos y estéticos de la ciudad turística, han sido liderados por estas instituciones, con el apoyo de Cotelco, la Cámara de Comercio a través del clúster de turismo de negocios, Anato, Acodres, la academia, etc.

Los imaginarios de la ciudad se ven matizados por el enfoque político vigente y ello deriva en una serie de programas y acciones que varían de un periodo a otro, como se puede evidenciar en los últimos años. Es evidente que el eje económico ligado a un paradigma de competitividad global y posicionamiento internacional turístico, es el que ha prevalecido a partir de la creación del IDT. Surge el eje de sostenibilidad como complementario a esta lógica, sumado a algunos acentos o matices que le dan los funcionarios de turno. Los contenidos que se proyectan buscan un posicionamiento internacional de la ciudad en el contexto global, en función del crecimiento además del número de vuelos y aerolíneas que se han ido ganando en la estrategia de conectividad aérea que viene impulsando la Aeronáutica y Opain, que es el operador privado del aeropuerto Internacional El Dorado de la ciudad, el cual ganó en el 2018, el primer lugar como el mejor de América Latina.

A continuación, se presenta una síntesis de los principales hitos e imaginarios que se derivan de las diversas políticas y estrategias impulsadas en el periodo analizado:

Tabla 5 Contenidos imaginarios desde los discursos oficiales en el periodo 2007- 2018 de Bogotá como lugar turístico contemporáneo.

2007:	Creación del Instituto Distrital de Turismo de Bogotá.
	Capitalizar cualidades y atributos direccionados hacia cultura: Bogotá turística vinculada a la capital mundial del libro, capital de la cultura.
	Turismo vinculado a los grandes eventos culturales de la ciudad.
2010:	Posicionar a Bogotá como destino turístico sostenible en sus tres dimensiones socio-cultural, económica y ambiental.
	Proporcionar condiciones óptimas de competitividad del destino
	Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, especialmente de aquellos con mayor capacidad de gasto, e incrementar su estadia, a fin de garantizar mayores ingresos a la ciudad.
2012	Una ciudad que supera la segregación y la discriminación: el ser humano en el centro de las preocupaciones del desarrollo
	Apoyo a la economía popular, emprendimiento y productividad
	Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá
2016	Beneficiar 21.000 personas vinculadas y/o relacionadas con los proyectos ubicados en los territorios turísticos identificado.
	En 2026 el IDT será la entidad líder e innovadora en gestión eficiente del sector turístico y promoción de ciudad para hacer de Bogotá el primer destino sostenible y accesible de la región.
	Mejorar las condiciones de competitividad, sostenibilidad y accesibilidad turística de Bogotá a través del fortalecimiento y desarrollo de productos turísticos, la innovación en la gestión, la articulación con la cadena de valor y otros sectores, aportando así a su posicionamiento como destino turístico a nivel local, nacional e internacional.
	Posicionar a Bogotá como destino turístico a través de la divulgación de su oferta y productos turísticos con el fin de atraer visitantes a nivel nacional e internacional y mejorar la imagen de la ciudad, generando desarrollo, confianza y felicidad para todos.
	Afianzar la gestión de la entidad a través de la implementación de estrategias de fortalecimiento institucional que contribuyan a posicionar al Instituto como líder, a nivel nacional e internacional, en el desarrollo de Bogotá como un destino turístico.

Fuente: Elaboración propia con base en la información recolectada, 2018.

Es de desatacar que, en el periodo analizado, se ha venido fortaleciendo la institucionalidad del turismo, destacándose la creación del IDT en el año 2007, Como organismo con autonomía administrativa y financiera, que va a establecer un antes y un después en la gestión de esta actividad en la ciudad. Esto ha permitido que algunos ejes se mantengan a lo largo del tiempo, como lo son el de competitividad y sostenibilidad, este último de más reciente aparición. El discurso toma diferentes acentos dependiendo de la postura y enfoque de los actores que lideran estos procesos.

El análisis que revisábamos, sobre cómo se ha venido construyendo un imaginario asociado a la Bogotá turística contemporánea desde los actores formales tanto públicos como privados, se complementa y contrasta a continuación, con los contenidos imaginarios de la ciudad desde los habitantes y los turistas.

2.4 Los imaginarios sociales de los habitantes de Bogotá

Para el caso de Bogotá, se han adelantado algunos estudios que aportan a la construcción de los imaginarios sociales de la ciudad y que sirven de referente para la proyección de su

imagen internacional. El trabajo adelantado por Silva (2003), aborda las culturas urbanas contemporáneas con el fin de definir las formas de ser que conviven en América latina a través de la publicación de la serie: “Ciudades imaginadas”, la cual viene acompañada de un libro y filmes para cada una: “Bogotá imaginada”, “Buenos aires imaginada”, “Barcelona imaginada”, etc.

En relación con los referentes de los habitantes sobre su ciudad, se identifican algunos aspectos físicos e históricos – contruidos y escenarios urbanos, dentro de los cuales se destacan los siguientes: el trazado urbano en cuadrícula presente en muchas zonas de la ciudad y como producto del legado español; los aportes de la arquitectura moderna de Le Corbusier quien proyecta grandes obras que articulan funciones y formas en su crecimiento (Tarchópulos citada por (Meléndez, 2011). Según Silva, estos dos trazados son los que determinan aún la concepción física de la ciudad, que con la influencia de arquitectos como Rogelio Salmona y Germán Samper, en los años setentas y ochentas; impulsan una tendencia moderna utilizando materiales como el ladrillo y la guadua (2003, pág. 48), dando como resultado una mezcla de estilos que aún perviven. Estos elementos van a ser muy identificables en algunas zonas de interés turístico como la ZIT Usaqué, constituyéndose en elementos identificatorios de gran importancia para sus habitantes y los turistas.

Sumado a esto se encuentran como muestras identificatorias de la ciudad, el sistema Transmilenio creado a finales de los noventas, la avenida Jiménez, la Quinta de Bolívar, Monserrate, el templo de San Francisco, la carrera séptima, la avenida quince, los parques y espacios públicos, la Plaza de Bolívar, La Candelaria, la Torre de Colpatria, la Catedral de Sal de Zipaquirá, el salto del Tequendama, Maloka y el Museo del Oro, entre los más destacados. Aparecen algunos hitos sociales e históricos: El pasaje Rivas, San Victorino, la calle de las ferreterías, el eje ambiental, los mercados, las plazas públicas, el barrio obrero, La Candelaria, Usaqué y las zonas gastronómicas, entre otros (Silva A. , 2003, págs. 51-54).

En relación con los habitantes y sus percepciones, se destacan aquellos emblemas urbanos como “sitios, objetos, personas, o personajes que, dado su alto poder simbólico, cuando son nombrados o evocados aluden a la ciudad como si la representaran de manera esencial” (Silva A. , 2003, pág. 69). En el caso de Bogotá, los habitantes identifican barrios, plazas, iglesias, edificios, entidades y parques como los más representativos, dentro de los cuales se destacan siete sitios principales: “La Candelaria, 46%; Plaza de Bolívar, 16%; Torre Colpatria, 12,3%; Monserrate, 12%; Catedral Primada, 10,7%; Plaza de Toros, 6,7%; y el Capitolio Nacional, 7,3%” (Silva A. , 2003, pág. 71). Así mismo, el autor resalta como el experimento más exitoso de la ciudad en los últimos años, la apertura de las ciclo rutas y las ciclovías. Estas se inician desde finales de los noventa y van a marcar un hito en la transformación del espacio público, como referente que transforma la ciudad cerrada y tradicional a aquella abierta, contemporánea en la que convergen todas las clases sociales sin distingo, representando metafóricamente el deseo de disfrute de un espacio abierto: “cerradas los domingos al tráfico para que sus ciudadanos conquisten la ciudad, caminen, monten bicicleta y la disfruten como turistas admirados, ha permitido que los bogotanos se apropien de esas calles como si ellas, en su excitada imaginación de seres de montaña, fuesen las playas de Cartagena de Indias, la ciudad colombiana más anhelada para pasar vacaciones” (Silva A. , 2006).

2.4.1 Las marcas de Bogotá turística contemporánea

En la proyección de los imaginarios turísticos contemporáneos, aparecen algunas estrategias de posicionamiento global que buscan desarrollar contenidos a través de la creación de marca territorial y cuyo objetivo es lograr mayor reconocimiento internacional, a partir de los contenidos sociales, simbólicos y estéticos del lugar. Algunos de estos contenidos están asociados a prácticas sociales de sus habitantes o son simplemente el producto de programas de gobierno, asociados a líneas institucionales que se desvanecen con la finalización del periodo político y administrativo correspondiente. Estas marcas pueden

aportar a la construcción de referentes relacionados con los imaginarios sociales de la ciudad o distorsionar sus contenidos sociales, identitarios y, por tanto, el sentido de lugar.

En el caso de Bogotá, desde finales de los años noventa se proponen varias marcas asociadas a programas de gobierno, como el del año 1998: “Bogotá 2600 metros más cerca de las estrellas” de Enrique Peñalosa y que se retoma para el periodo de gobierno 2016 – 2019, del mismo alcalde; “Bogotá para vivir todos del mismo lado”, de Antanas Mockus, 2001; y la estrategia: “y tú qué sabes de Bogotá?”, de Lucho Garzón en el 2005; Estas propuestas como se comentó anteriormente, estuvieron vinculadas a los programas de los alcaldes electos, más que a una gestión y marketing territorial de la ciudad con proyección a largo plazo, lo cual generó cambios permanentes en sus contenidos, creando múltiples y difusos mensajes que terminaron por desinformar a los habitantes y a los visitantes.

Como antecedente importante del proceso de construcción de identidad con las ZIT de Bogotá por parte de prestadores de servicios turísticos, el IDT adelanta en el año 2008 un taller cuyo objetivo fue caracterizar a través de la imagen percibida individual y colectiva, aquellos elementos identificatorios de la ciudad, basándose en la metodología desarrollada por el planificador urbano Kevin Lynch, 1960, citado por (Figueredo, 2008). El enfoque está basado en dos ejes conceptuales centrales, el de legibilidad que se refiere a “la probabilidad de formar en la mente de quien lo observa, una imagen viva y vigorosa de la ciudad y el de imagen pública o colectiva, resultante de la superposición de muchas imágenes individuales” (Figueredo, 2008, pág. 4). Se seleccionaron unos elementos urbanos para facilitar el proceso identificadorio: senda (eje turístico), Barrio (zona turística), hito, borde y Nodo (atractivo).

En el Plan de Mercadeo Turístico de Bogotá (Instituto Distrital de Turismo, 2009) se determinan además los atractivos turísticos de mayor reconocimiento por parte de los turistas que visitan la ciudad: el Museo del Oro, la Catedral de Sal de Zipaquirá y el restaurante Andrés Carne de Res, localizado en el municipio de Chía, creando nuevas formas

de apropiación a través de diversas rutas e itinerarios en los que las formas de uso y valoración obedecen a otras lógicas de construcción del sentido urbano.

Así mismo, en el PMT (2011), como se evidenció anteriormente, se identifican las zonas más frecuentadas por aquellos visitantes motivados por los negocios, los cuales se concentran en las centralidades socio económicas de la ciudad: centros financieros, de eventos, zonas francas industriales, articuladas con zonas gastronómicas que en los últimos años se vienen consolidando a partir de una demanda local y externa. Sólo en algunas ZIT de interés cultural como La Candelaria y Usaquén, han surgido recientemente procesos de valoración para su uso turístico, en donde los visitantes están motivados por su patrimonio cultural y una oferta relacionada con hitos arquitectónicos, eventos y un nuevo uso del espacio público. Algunos visitan otras zonas por motivos religiosos lo cual se evidencia en las dinámicas que se han generado alrededor del 20 de Julio fundamentalmente. Así mismo, se han generado desplazamientos de viajeros motivados por los servicios de salud, como la ZIT del Country, lo cual ha motivado la creación de una oferta de bienes y servicios hoteleros y de apoyo alrededor de éstos.

Posteriormente en el año 2009 y por primera vez se contrata por parte de la firma Invest – in Bogotá a una entidad encargada del diseño técnico de la marca territorial, de tal manera que le aportara al fortalecimiento de la competitividad y el posicionamiento de la ciudad a nivel internacional, en el marco de las nuevas tendencias de los centros urbanos globales, multiculturales y cosmopolitas. Se entrevista a 6000 habitantes y se realizan diversos focus group con expertos. Se construye una visión de largo plazo: “Bogotá como una de las 5 principales ciudades latinoamericanas con mayores atractivos para los negocios, el turismo, la cultura y el entretenimiento. Ciudad con uno de los mayores índices de calidad de vida, de desarrollo humano y de inclusión social” (Duque, citado en (Amador, 2013).

Como resultado final de este proceso, se propone “Bogotá es más”. Sin embargo, la marca se asocia nuevamente al gobierno de turno de Samuel Moreno quien gobernó desde el 2008 y cuyo slogan del programa era “Bogotá positiva”. Sin embargo, con la destitución de dicho alcalde en el año 2011, termina por deslegitimar la mencionada marca. Adicionalmente, la misma no evidencia el proceso de consulta llevado a cabo, en el que los habitantes habían destacado elementos identitarios, contenidos sociales, simbólicos ligados a su lugar de vida, Bogotá: “cualquier característica realmente diferencial que la ciudad hubiese podido esgrimir se ignoró. Parece exagerado pensar que la producción de una marca amenaza la identidad construida por la relación con un espacio, pero la marca es un proyecto a desarrollar con hechos. Los hechos que promete «Bogotá es Más» implican la erosión de la cultura popular y la comodificación de los espacios urbanos para el turismo. ¿Qué podría representarnos mejor que aquello que hemos construido juntos?” (Amador, 2013).

En relación con la marca, en el año 2013 se renueva la marca anterior, para lo cual se contrata a las mismas firmas que habían adelantado la propuesta, Misty Wills y la consultora alemana Inpolis. Se propone como atributo más significativo de la ciudad, su altitud, y el ícono por excelencia: el cerro de Monserrate, a partir del uso metafórico de la expresión: “ciudad de altura”, la cual va a contar con diferentes acentos según el aspecto a destacar, como por ejemplo: “Bogotá en la cima de la cultura”, “Parques y ciclorutas del más alto nivel”, “mayor festival de teatro del mundo” (García M. , 2013), entre otros. Así lo destaca Figueredo:

“Es la misma marca que hoy está, pero en ese momento la marca, el sentido es el mismo, de mucha diversidad en Bogotá, identificado con los colores, entonces la T de Bogotá la usan con diferentes colores para identificar los sectores, pero coincidentalmente el eslogan de gobierno de Samuel Moreno era Bogotá más positiva, entonces llega Petro y dice que no quiere ver la cruz por ninguna parte, pero accede a usar la que ya había diseñado Invest inn con el IDT y con la Cámara de Comercio. A mí me tocó este cambio al comienzo. La gente de Promoción accede a que se mantenga como el sentido de la marca, se contrata la misma diseñadora y el énfasis que hace es en la tilde de Bogotá: hace un símbolo de cada uno de los sectores, de eventos, de cultura, de teatro, de turismo; el de turismo, por ejemplo, es la silueta de Monserrate. Eso es producto de todo el trabajo que habían hecho en la construcción de

la marca, en que la gente identificaba a Bogotá con Monserrate, los colores, el verde, el ladrillo. Había un tema muy lindo de imaginarios” (Figueredo, 2017).

En el periodo 2012 – 2015, se destaca el diseño de nuevas rutas en las cuales se consideran áreas no contempladas tradicionalmente en la oferta turística de la ciudad, como el Jardín Botánico José Celestino Mutis, el Cementerio Central, Usaquén, el barrio Bosque Izquierdo en el Centro Internacional, “La historia al otro lado del río”, el Park Way, el parque lineal El Virrey, el Humedal Santa María del Lago, Niza, el Humedal La Conejera y el Parque La Florida. (Instituto Distrital de Turismo, 2014), redefiniendo y ampliando la valoración turística de la ciudad a otros ámbitos geográficos y culturales de su componente urbano.

En relación con el componente rural, los itinerarios de los turistas están asociados en ese periodo, a circuitos que se realizan durante un día por los municipios articulados a través de la conectividad terrestre del área metropolitana; las visitas esporádicas a áreas de gran valor natural como el Parque Nacional Natural Chingaza, y Sumapaz; y a veredas o puntos focales que hacen parte de la estructura ecológica de la ciudad, como Verjón Alto, Verjón Bajo, la reserva privada Chicaque, o áreas veredales de la localidad de Usme, que en la actual administración se vienen impulsando como oferta asociada a rutas eco turísticas con enfoque comunitario en su gestión.

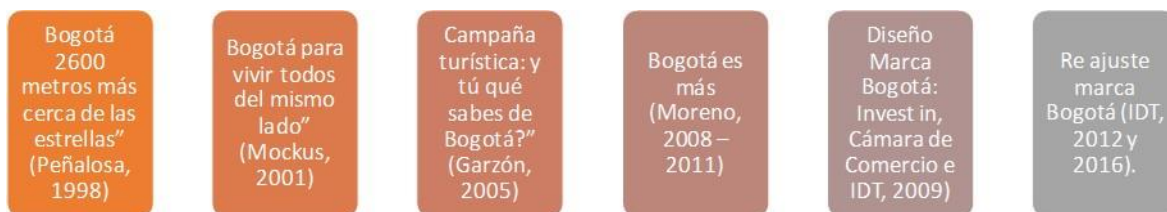
Recientemente, una vez se posesiona el alcalde Peñalosa en enero del 2016, se revisa y ajusta nuevamente la marca Bogotá, con los socios propietarios de la misma: Invest in y la Cámara de Comercio, recuperando el slogan: “Bogotá 2600 metros más cerca de las estrellas” y ajustando los acentos visuales de la misma a los productos turísticos estratégicos que va a destacar el IDT durante este periodo de gestión. A continuación, se presenta de manera sintética los cambios sufridos durante el periodo 1998 – 2018:

Ilustración 13 Imágenes y marcas turísticas Bogotá 1995 – 2018:



También se destacan las campañas y marcas que se han promovido en estos últimos años. Solo desde el 2009 se logra desvincular la marca de las campañas de los alcaldes, generándole mayor identidad y recordación. Además, la alianza Invest In con la Cámara de Comercio, ha facilitado el que se mantenga cierta autonomía frente a decisiones políticas coyunturales. A continuación, se presenta la síntesis de los cambios ocurridos en las campañas durante el periodo 1995 – 2018.

Ilustración 14 Campañas turísticas Bogotá 1995 - 2018



Fuente: Elaboración propia con base en las marcas creadas, Bogotá, 2018.

Los acentos que actualmente se trabajan en la marca Bogotá, aparecen vinculados al diseño de los productos turísticos representativos que gestiona el IDT, con contenidos culturales, de naturaleza, urbano, de negocios, y según la época o tipo de evento al año, Se destacan aquellos atractivos o lugares vinculados a los hitos más reconocidos del componente urbano y rural de la ciudad.

Ilustración 15 Acentos marca Bogotá Turística 2018



Fuente: <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/all/themes/turismov2/>

En el periodo 2016, se proponen varios productos turísticos: turismo accesible, cultural, de compras, de diversión, de naturaleza, de negocios, gastronómico, idiomático, LGBTI, nocturno, religioso y urbano. Se destaca el énfasis que se le ha puesto a la articulación de ciclo de rutas de la ciudad y a los humedales en el diseño de nuevos productos turísticos, así

como aquellos itinerarios que se empiezan a abrir en las zonas rurales, denominados Biometrópolis, para ciclo montañismo.

De destacar actualmente, el énfasis que se le ha dado a Bogotá como lugar turístico contemporáneo, al integrar en el producto de turismo urbano hitos asociados a la naturaleza y al eje agua, promoviendo varios proyectos:

- a. Cerros Orientales – Páramos – Humedales – Quebradas - Cuencas de Ríos.
- b. Proyecto Cerros Orientales (una ciudad en las montañas).
- c. Ciudad capital con mayor cantidad de aves en el mundo: Más de 200 especies en la ciudad – región.
- d. Proyecto Río Bogotá: habitabilidad y disfrute alrededor del río (Instituto Distrital de Turismo, 2018).

Así mismo, para el 2018 ocupó el primer lugar como destino turístico de Colombia, por llegada de turistas y visitantes nacionales e internacionales y es el primer año en que la motivación vinculada a vacaciones subió porcentualmente de manera significativa, con un 43% de turistas internacionales (Instituto Distrital de Turismo, 2018). Adicionalmente, con la apertura en ese año de AGORA, el mayor centro de eventos, congresos y convenciones de América Latina, actualmente la ciudad ocupa el sexto lugar en América Latina en el rango ICCA, como sede de 45 eventos internacionales, destacándose el Summit de los nóveles de paz, One Young World, entre otros. Además, la ciudad fue aceptada en la Red de BestCities Global Alliance, para captación de este tipo de actividades, y en la que comparte con ciudades como Berlín, Ciudad del Cabo, Copenhague, Dubái, Edimburgo, Houston, Melbourne, Singapur, Vancouver y Tokio.

En conclusión, las marcas han cambiado de manera rápida, lo cual no ha permitido la construcción de un imaginario durable asociado a la ciudad y tampoco ha permitido un

significativo posicionamiento de las mismas. Solo recientemente se llega a un acuerdo inter institucional para mantener la marca creada por una alianza público privada, e independientemente de los gobiernos de turno, lo cual ya empieza a generar recordación, especialmente en el sector productivo asociado a la actividad turística de la ciudad. Los contenidos en términos de productos y tipologías turísticas se han venido organizando alrededor del turismo de negocios, cultural y de naturaleza, si bien dependiendo de la gestión pública se hace un mayor acento en uno u otro, así como en nuevas apuestas de contenidos de ciudad. Recientemente surge un nuevo contenido de alto impacto simbólico para la ciudad, como lo es el del turismo urbano, asociándose a productos vinculados al arte público, el grafiti, algunas expresiones contemporáneas con la declaratoria de Bogotá por la UNESCO como ciudad creativa de la música, y la aparición de nuevas rutas e itinerarios vinculados a zonas que antes eran consideradas de miedo, como el Bronx, así como nuevas apuestas que recrean mitos urbanos de la ciudad: los fantasmas, los bares de salsa, la cicloruta, los festivales de rock al parque, etc. Todo esto evidencia un esfuerzo de Bogotá, por entrar en el paradigma de las ciudades competitivas globales, ganando terreno en los principales indicadores de los lugares turísticos contemporáneos de la región.

Sin embargo y a pesar del cambio de marcas durante este periodo de tiempo, a través de múltiples estrategias de gestión y mercadeo de Bogotá como destino turístico; sumado todo ello, a políticas públicas de desarrollo urbano, de fortalecimiento económico y atracción de inversiones, se ha logrado cambiar en tan pocos años, la percepción de la ciudad, tanto para habitantes como para turistas. Se pasó de una ciudad que adolecía de sentido de identidad y apropiación de mediados de los noventa, a un lugar que, aunque se reconoce por parte de los actores sociales sus grandes complejidades, empieza a consolidarse como proyecto político, como lugar deseable para vivir y visitar.

Desde la perspectiva del turismo, la confluencia de diversas marcas, así como el diseño de diversos instrumentos de políticas públicas como el Plan Maestro de Turismo de Bogotá, y

las diversas estrategias que se vienen impulsando para su posicionamiento global; son acciones similares a las que actualmente se promueven en otros lugares del mundo. Por ejemplo, la configuración de ZITs, la puesta en valor de atractivos, el impulso de la promoción y mercadeo territorial, y la creación de hitos contemporáneos, entre otros, buscando su consolidación en los grandes flujos internacionales de los destinos turísticos, todo lo cual no se aleja del paradigma de ciudad competitiva que se viene dando en el llamado modelo neoliberal, tal y como lo plantea Duque, recogiendo a (Griffiths 1998, 44): “aunque en su origen el marketing urbano tiene el objetivo de diferenciar y señalar ventajas comparativas en las ciudades, tiende finalmente a crear una imagen similar de todas ellas: ciudades con lugares comunes y estandarizados que reproducen los mismos esquemas en materia de intervenciones urbanísticas y que buscan posicionarse como enclaves turísticos, capitales culturales, centros de eventos y negocios” (Duque, 2011).

Es fundamental complementar esta perspectiva sobre cómo se han venido consolidando los imaginarios de la Bogotá turística contemporánea desde sus habitantes y desde algunos instrumentos de posicionamiento internacional como las campañas, marcas y estrategias de promoción turística; con lo que perciben los turistas, para lo cual se aplicó un sondeo a 150 personas que visitaron la ciudad en diciembre de 2016.

2.5 La percepción de los turistas sobre la Bogotá turística contemporánea

El abordaje del sentido estético de lo urbano se da a partir de las interrelaciones del turista con el lugar y los habitantes, construyendo una forma particular de valoración de sus contenidos sociales, simbólicos y estéticos, en los que lo sensorial, emocional y racional están mediados por prácticas sociales que determinan el sentido de apreciación e interrelación en y frente a lo urbano; tal y como lo expresa Buraglia: “Como escenario donde transcurre la vida cotidiana de multitud de individuos, que recorren los mismos espacios en forma voluntaria o no, la estética de los lugares es mucho más que problema del “buen

gusto" pues resulta siendo apropiada y "sufrida" socialmente. Desde esta perspectiva el valor de la estética urbana no reside en el carácter de un estilo o estilos particulares ni mucho menos en el discurso que sobre ella realicen intelectuales y artistas, así éstos sean parte de su naturaleza...Es principalmente un importante factor de orientación y de formación de sentido de lugar" (Buraglia, 1998, pág. 44).

Silva afirma que los habitantes pueden calificar la ciudad como hecho del arte, lo cual en sus palabras, "significa que la entiende como forma inventada que rivaliza, interroga y dialoga con las formas materiales ideadas por los arquitectos, los diseñadores y, en fin, los operadores" (2003, pág. 102). En el caso del turismo, el contenido estético está relacionado con la apreciación y valoración por parte de los actores sociales como los turistas y los habitantes, de los espacios públicos, de los lugares de interés cultural y natural, así como de sus contenidos intangibles como la atmósfera de la ciudad, las actividades vinculadas al uso del tiempo libre, a la cultura, la recreación, y a las formas de valoración de las interacciones entre unos y otros. Esta construcción de sentidos de lugar, asociada a lo estético se puede encarnar de diversas formas para la mirada del turista, quien en sus diversas prácticas sociales apropia de diferentes maneras esos contenidos de la ciudad. Por ello, y para comprender algunas variables relacionadas con la forma como los visitantes perciben u captan la ciudad, se aplicó un sondeo a un total de 150 personas que visitaron la ciudad en diciembre de 2016, para recoger los principales imaginarios asociados a sus experiencias con los habitantes y con Bogotá.

La estructura de la encuesta se diseñó a partir de la adaptación de la metodología de Silva (2006). Se propusieron las siguientes categorías de análisis, no sin antes aclarar que, dado que la misma está dirigida a los turistas, no sigue estrictamente las variables propuestas de manera tan amplia y profunda como para la encuesta dirigida a los habitantes, misma que se presenta en el capítulo cinco de esta investigación. Es de anotar, que lo que se busca es comprender algunas formas de percepción de esos otros que visitan Bogotá, a través de las

representaciones colectivas que se van formando los turistas en sus cortos periodos de visita, a partir de su experiencia con el lugar y con sus habitantes, construyendo sus propios imaginarios sociales.

Ilustración 16 Categorías de análisis de la encuesta



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a turistas, diciembre de 2016.

En relación con la categoría de **imaginarios**, indaga sobre las percepciones de los turistas en relación con lo sensorial de la ciudad, su sonido, colores, sabores y aromas, así como las marcas identificatorias de la ciudad turística, o lo que denomina Maccannell (2003), como los marcadores del lugar: los principales hitos o atractivos que son fácilmente identificables por ellos, a través de lo sensorial.

Las **calificaciones urbanas**, hacen alusión a las formas de valoración de los turistas en relación con ciertas cualidades de la ciudad, identificando como esta se presenta ante esos otros, y como estos otros la perciben y la representan. Estas calificaciones también establecen una relación, un vínculo entre los sujetos turistas y el lugar que visitan.

Los **lugares de encuentro** se refiere a la forma como los turistas perciben ese lugar visitado, construyendo unas formas particulares de apropiarlo, unos croquis de los sujetos frente a su

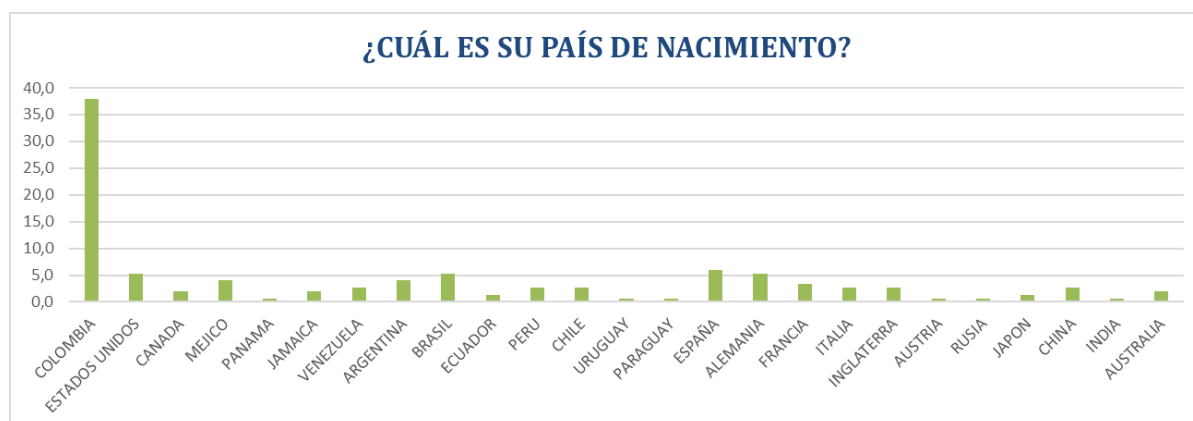
forma de sentir ese lugar visitado y cómo lo recuerdan. En el caso de las visitas turísticas, se expresan en rutas, itinerarios, circuitos, actividades disfrutadas, o partículas del lugar que son puntualmente visitadas. Es importante mencionar que en este aspecto se establece una profunda relación entre lo que se muestra, promociona y adecúa del lugar, con los sujetos que le visitan.

Por último, **los tiempos, marcas y ritos** busca conocer cómo los turistas disfrutan de la ciudad, las principales actividades que les gusta hacer, qué lugares visitan más, a partir de como el lugar se muestra y como ellos la perciben, interpretan y apropian. A continuación, se presentan los resultados de la encuesta.

2.5.1 Sondeo sobre los imaginarios de los turistas que visitan Bogotá

2.5.1.1 Perfil Socio Económico de los turistas

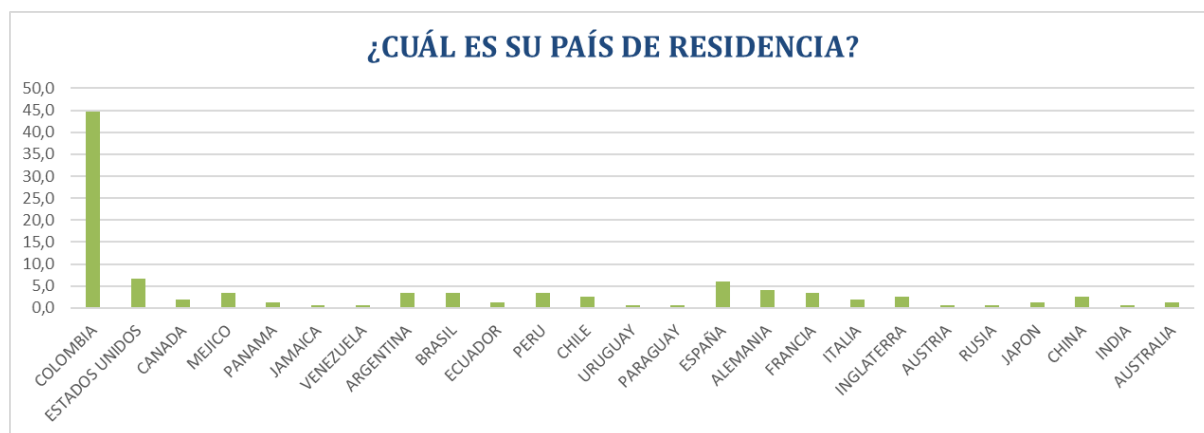
Ilustración 17 País de nacimiento



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

Se encuestó un total de 150 turistas, de los cuales el 38% es de Colombia, el 6% de España y el 5,3% de los encuestados son de Estados Unidos, de Brasil y de Alemania. Tan solo un 0,7% de los encuestados son de Panamá, Uruguay, Paraguay, Austria, Rusia e India.

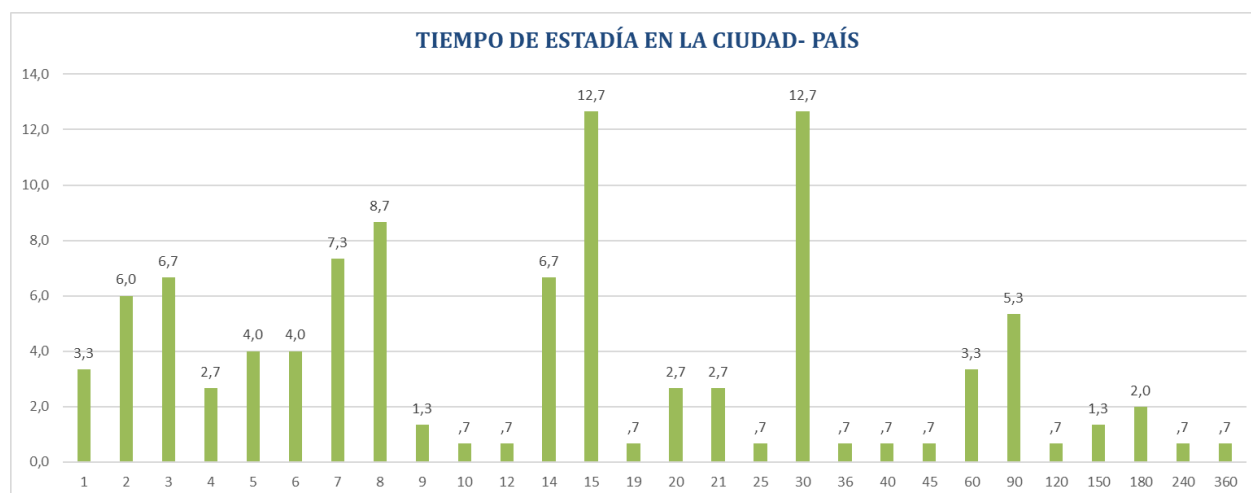
Ilustración 18 País de residencia



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El 44,7% de los encuestados, son de Colombia, el 6,7% viven en Estados Unidos y el 6% en España. Un 3,3% de los turistas viven en Brasil, México, Ecuador, Perú y Francia.

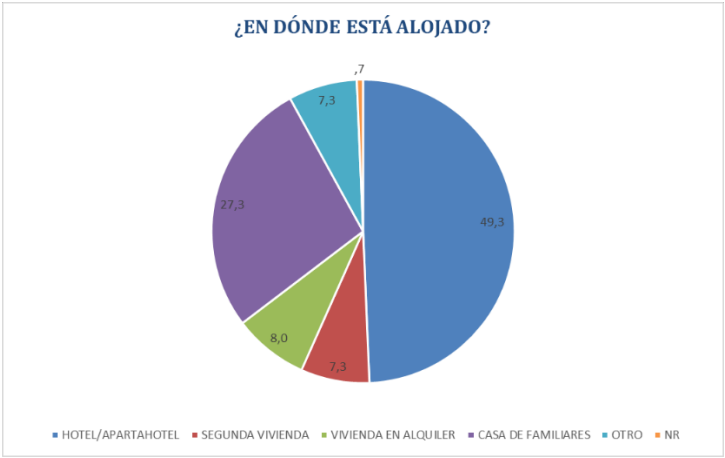
Ilustración 19 Tiempo de estadía en la ciudad - país



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El 12,7% de los turistas encuestados tienen un tiempo de estadía estipulado de 30 días, seguido de otro tanto, un 12,7% que se quedan 15 días. Estas últimas son las respuestas que más destacan, seguidas de 8 días con un 8,7% y 7 días con un 7,3%.

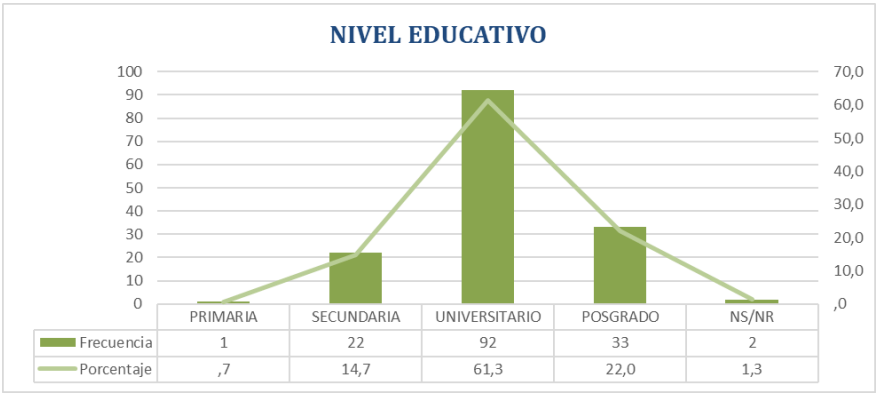
Ilustración 20 Lugar de alojamiento



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El 49,3% de los turistas, es decir casi la mitad de los encuestados, eligió como tipo de alojamiento los Hoteles o apartahoteles, seguido de casas de familiares con un 27,3%. Por otro lado, entre el 7% y el 8% fue el total de turistas encuestados, que escogió una vivienda en alquiler, una segunda vivienda (entendida como una propiedad del encuestado en el lugar de residencia), y otro tipo de alojamiento.

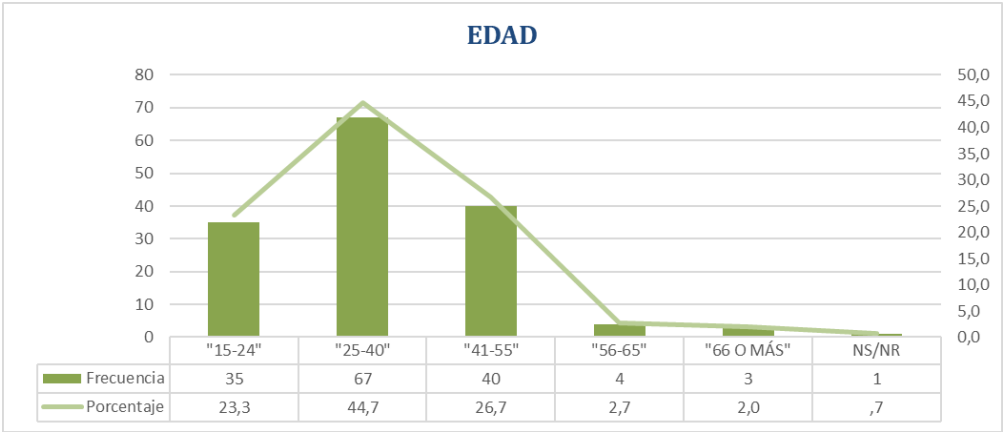
Ilustración 21 Nivel educativo



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El nivel educativo del 62,3% de los turistas encuestados es universitario, y el 22% tiene un título de posgrado. Tan solo el 14,7% de los turistas, terminaron sus estudios hasta el nivel de secundaria y tan solo el 0,7%, es decir un turista, lo terminó hasta la primaria.

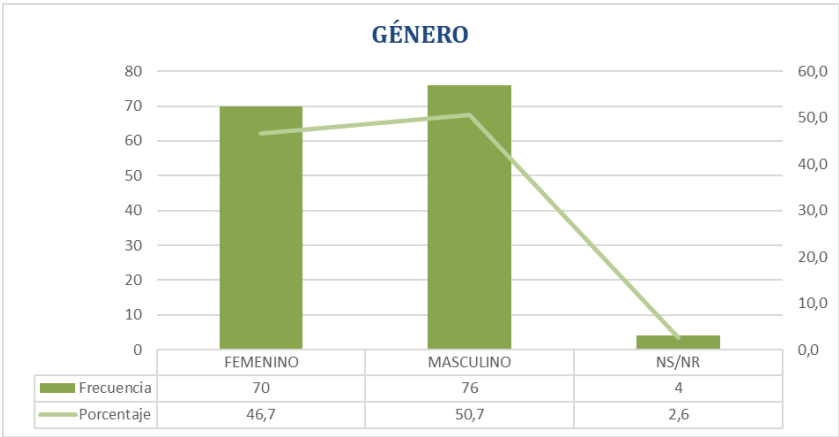
Ilustración 22 Edad



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El rango del 44,7% de los turistas esta entre los 25 y 40 años de edad, seguido del rango de 41 – 55 años con un 26,7%. En el rango de los 15 a los 24 años, se encuentran el 23,3% de los turistas. Las edades que tuvieron una menor proporción entre los turistas son de 56 – 65 y 60 o más, con un 2,7% y un 2% respectivamente.

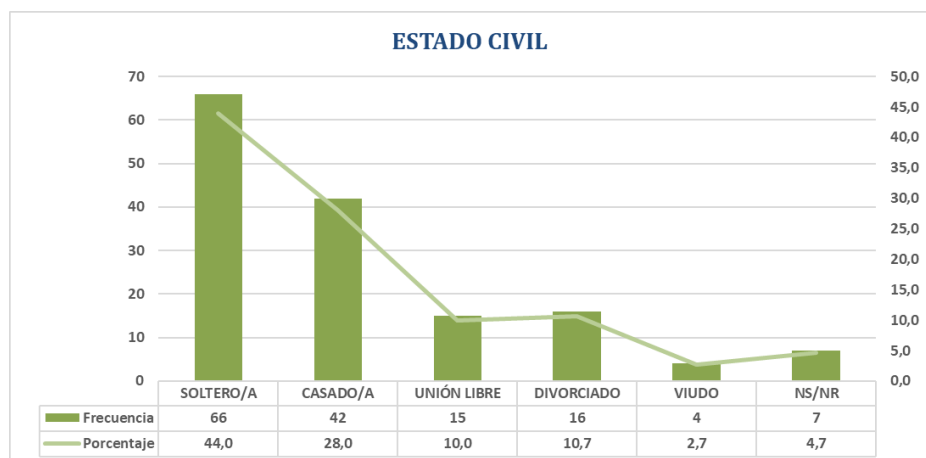
Ilustración 23 Género



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

De los turistas encuestados, un total de 76 son hombres con un 50,7%, mientras que 70 son mujeres con un 46,7%.

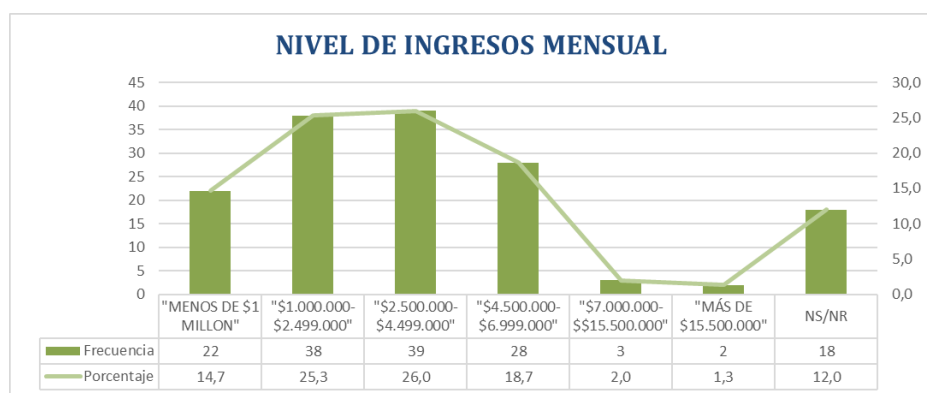
Ilustración 24 Estado civil



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El 44% de los encuestados son solteros, es decir un total de 66 turistas y un 28% son casados, con un total de 42 turistas. Por otro lado, el 10% se encuentra en Unión Libre y un 10,7% se encuentran divorciados. Tan solo 4 turistas, es decir el 2,7% son viudos y 7 es decir un 4,7% no saben o no responden la pregunta.

Ilustración 25 Ingresos mensuales

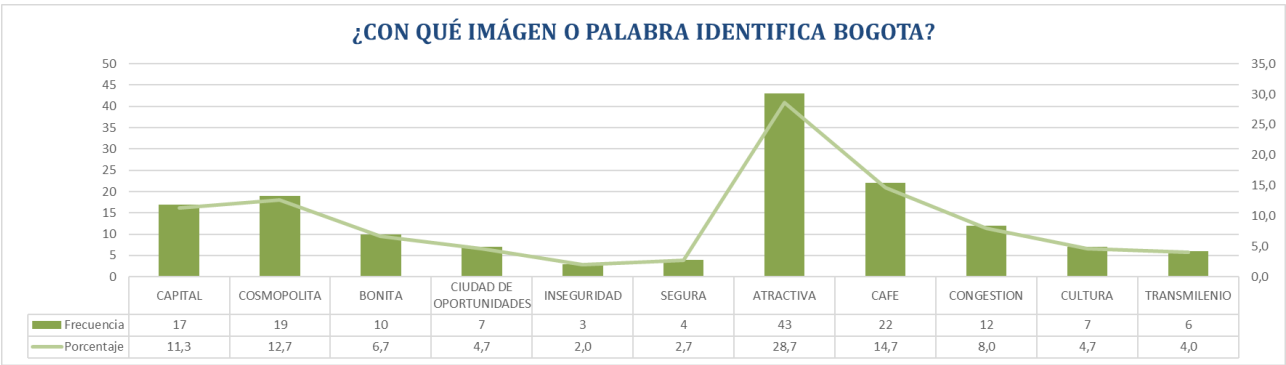


Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El 26% de los turistas encuestados tiene un ingreso mensual entre \$2'500.000 y \$4'499.000, mientras que el 25,3% respondió que sus ingresos al mes son entre \$1'000.000 y 2'499.000. Tan solo el 1,3% de las personas ganan más de 15'500.000.

2.5.1.2. Imaginarios sobre Bogotá

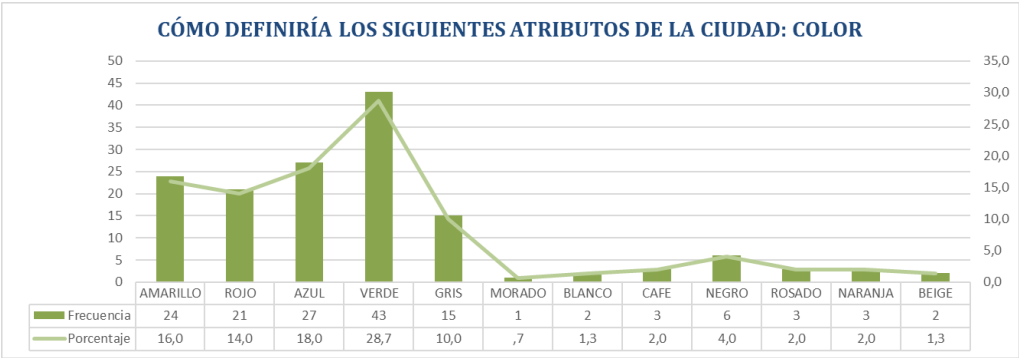
Ilustración 26 Imagen de Bogotá



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

La gráfica muestra como los turistas identifican a la ciudad de Bogotá: el 28,7% de los encuestados perciben a la capital como una ciudad atractiva, el 14,7 la reconocen por su café, el 12,7% la considera cosmopolita y tan solo el 4,7% la asocia a cultura. Por el contrario, el 8%, es decir, 12 personas reconocen a Bogotá con la palabra congestión y 4% con Transmilenio; tan solo el 2% de la muestra cree que es insegura.

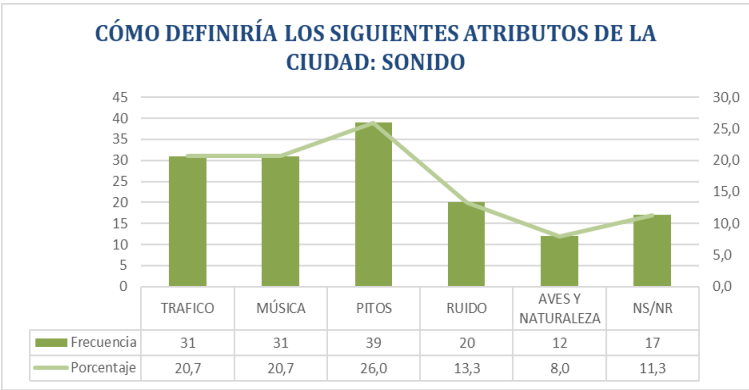
Ilustración 27 Color



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El color con el que más identifican los turistas a la ciudad es con el color verde (28,7%), seguido del azul, amarillo y rojo, con un 18%, 16% y 14%, respectivamente.

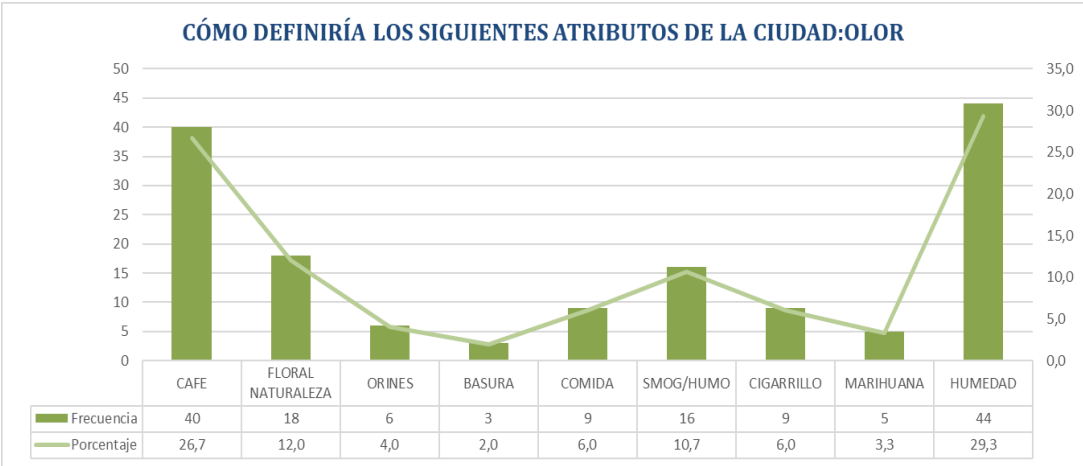
Ilustración 28 Sonido



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

Los encuestados manifestaron que son los pitos el atributo con el que más distinguen a Bogotá en cuanto al sonido, seguido del tráfico y la música con 20,7% los dos aspectos. Por otro lado, con tan solo 8% las personas piensan que son las aves y la naturaleza.

Ilustración 29 Olor



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

En cuanto al olor, un 29,3% de la población encuestada, respondió que el olor característico de la ciudad o con el que definiría a la capital es el de humedad. Un 26,7% respondió que es el café, el 12% que es floral y de naturaleza y el 16% expresó que es el smog o humo.

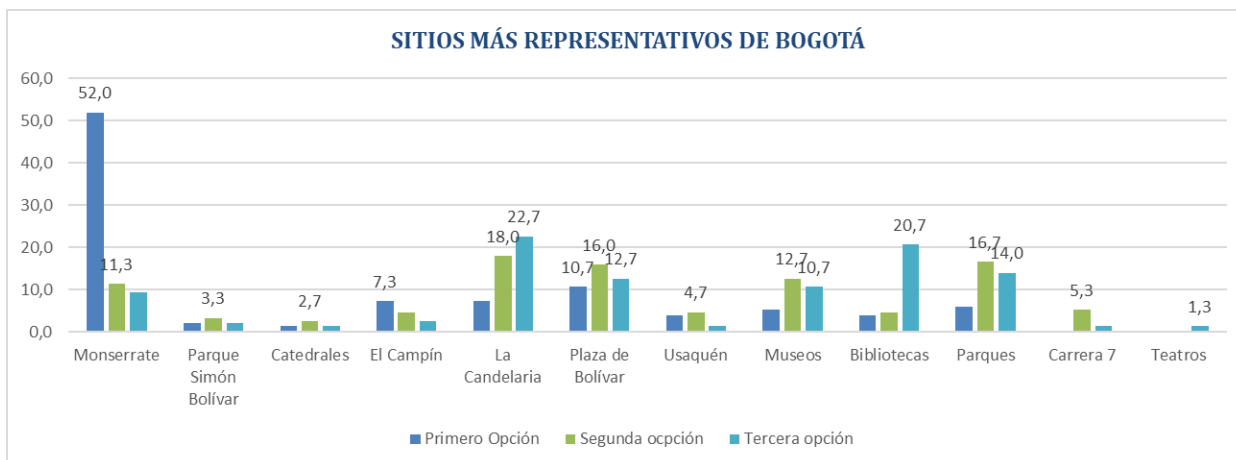
Ilustración 30 Sabor



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

Los principales sabores con los que los turistas definen a Bogotá es el pan, el café, el ajiaco y el dulce, 26%, 20,7%, 16,7% y 12%, respectivamente.

Ilustración 31 Sitios más representativos de Bogotá

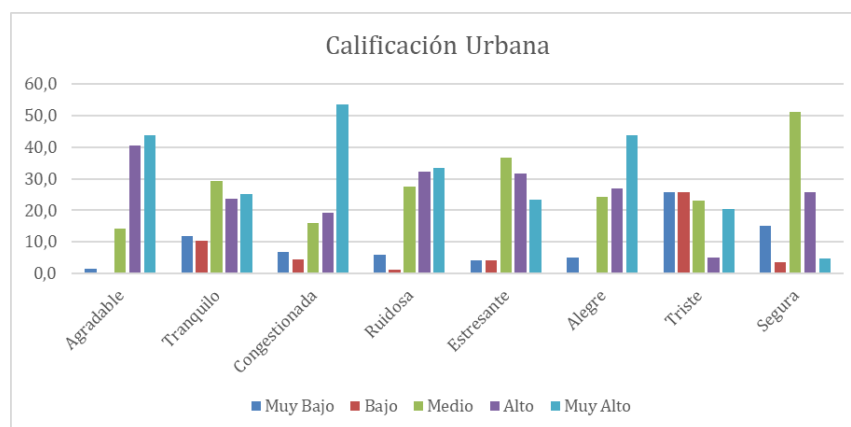


Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

De acuerdo con el 52% de los turistas, el sitio más representativo de la ciudad de Bogotá es Monserrate, siendo esta la respuesta más sobresaliente. Como una segunda opción el 18% de los turistas eligió La Candelaria, Centro Histórico de Bogotá como el más representativo los Parques con un 16,2% y la Plaza de Bolívar con un 16%. Como tercera opción, los turistas nuevamente indicaron que La Candelaria es uno de los sitios más representativos de la ciudad con un 22,7% y finalmente las bibliotecas con el 20,7%.

2.5.1.3 Calificaciones urbanas

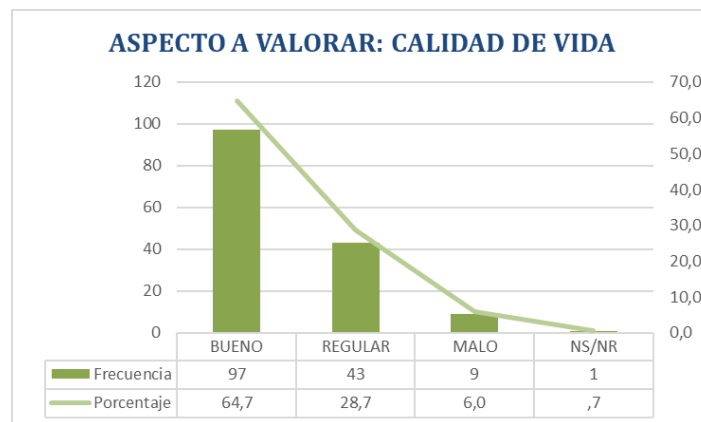
Ilustración 32 Calificaciones Urbanas



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

En la gráfica, se consideran 8 aspectos dándoles una calificación entre: muy bajo, bajo, medio, alto, muy alto y no sabe, no responde. Dentro de los aspectos positivos, se encontró que el 43,7% de los encuestados le da una calificación de muy alto al aspecto de agradable y 40,5% la califican en alto, por otra parte, 51,2% de las personas consideran a Bogotá como segura, dándole una calificación en medio. Sin embargo, 53,4% de los que respondieron la encuesta, indican que es congestionada, con una calificación de muy alto; el 36,7% consideran que es estresante ubicándola en el rango de medio.

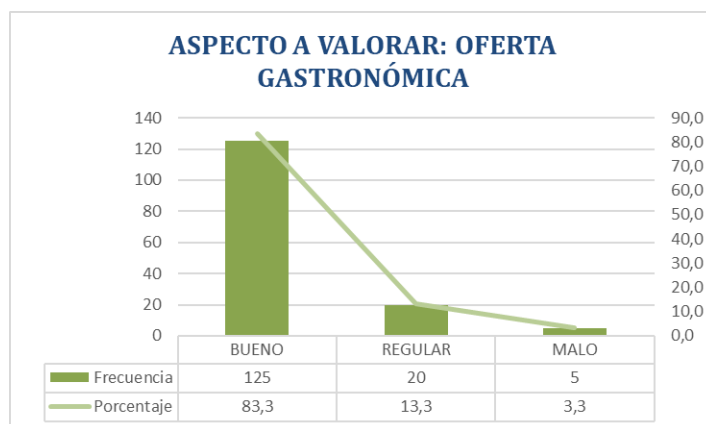
Ilustración 33 Calidad de vida



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

Un 64,7% de los turistas indicó que la calidad de vida de la ciudad de Bogotá es buena, siendo un total de 97 personas. Tan solo el 28,7% coincidió en que es regular con un total de 43 turistas y el 6%, es decir 9 personas con que la calidad de vida es mala.

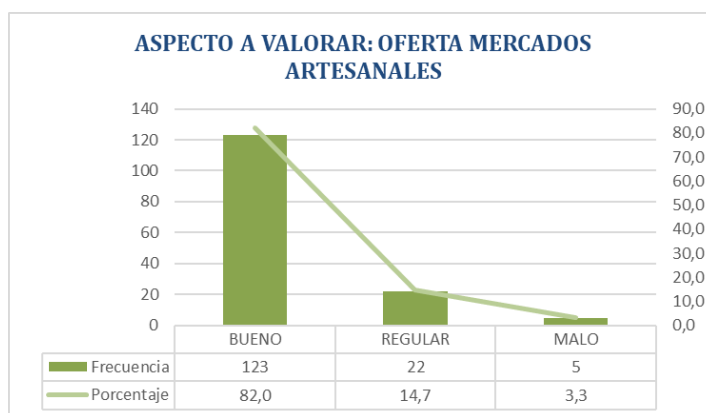
Ilustración 34 Oferta gastronómica



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

Un gran número del total de la muestra coincidió en el la Oferta Gastronómica de la ciudad de Bogotá es buena, con un total de 125 siendo el 83,3%. Por otro lado, el 13,3% indicó que la oferta es regular y tan solo el 3,3% indicó que es mala.

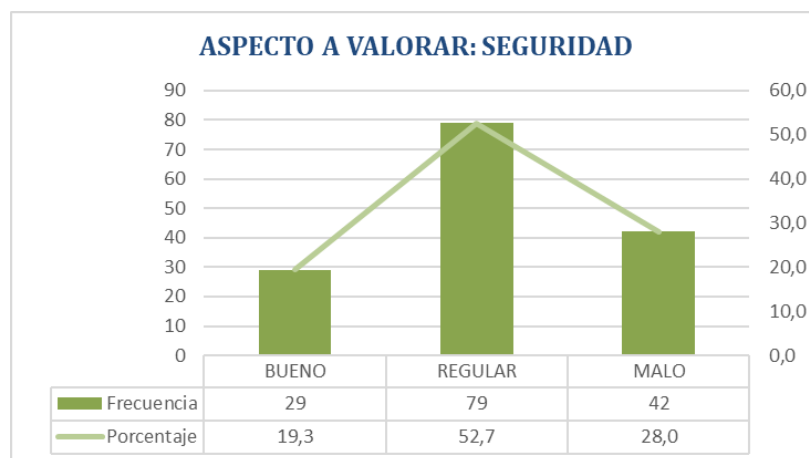
Ilustración 35 Oferta mercados artesanales



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El 82% de los turistas indicaron que la Oferta de Mercados artesanales en Bogotá es buena, y por el contrario el 14,7% indicó que es regular. Tan solo 5 turistas, es decir 5 de ellos, indicaron que la Oferta de Mercados es mala.

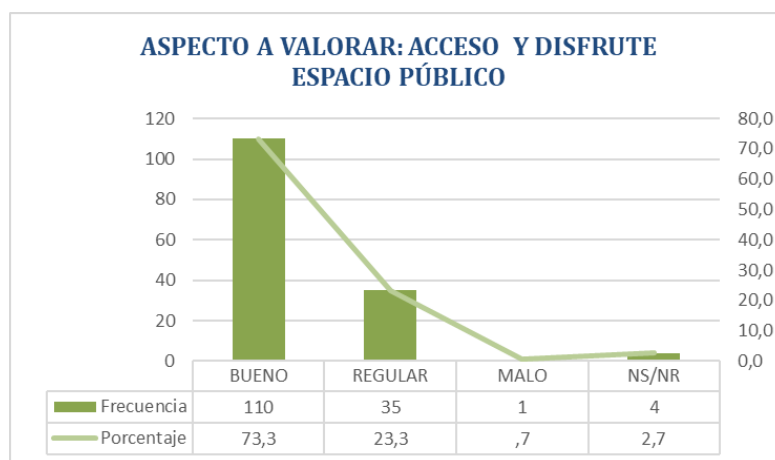
Ilustración 36 Seguridad



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

En cuanto a la seguridad, el 52,7% de los turistas, es decir un poco más de la mitad del total de la muestra, coincidieron en que esta es regular en la ciudad de Bogotá. El 28%, 42 turistas, indicaron que es mala y tan sólo el 19,3% indicaron que es buena.

Ilustración 37 Acceso y disfrute del espacio público

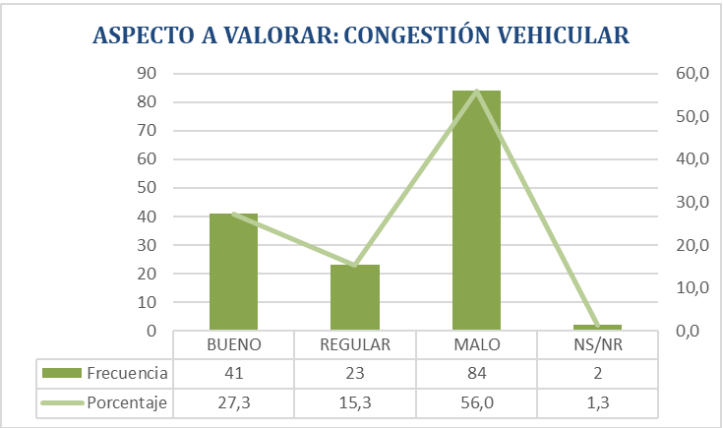


Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El 73,3% de los encuestados indicaron que tanto el acceso como el disfrute del espacio público en la ciudad de Bogotá es bueno, siendo un total de 110 turistas los que perciben

este aspecto positivo. Solo 35 turistas, es decir el 23,3% coincidió en que es regular, y tan solo una persona coincidió en que es malo.

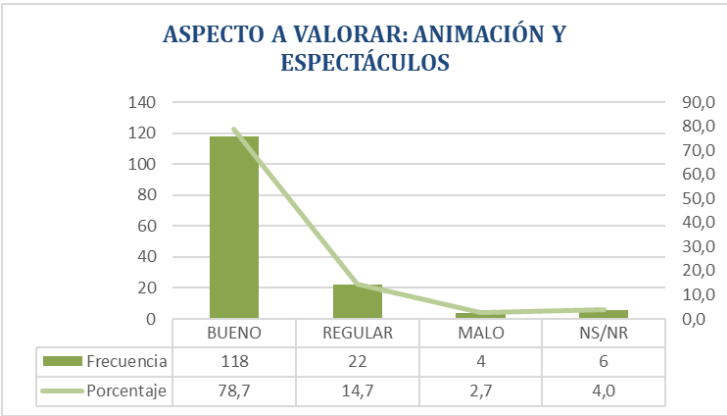
Ilustración 38 Congestión vehicular



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

En el caso de la congestión vehicular, el 56% de los turistas coincidieron en que este aspecto es malo de la ciudad, es decir 84 turistas; esto coincide, con que uno de los aspectos que los turistas menos les agradó de la ciudad, como es el tráfico. Por otro lado, 27,3% indicó que la congestión en la ciudad es positiva, calificándola como buena y tan solo el 15,3% indicó que es regular.

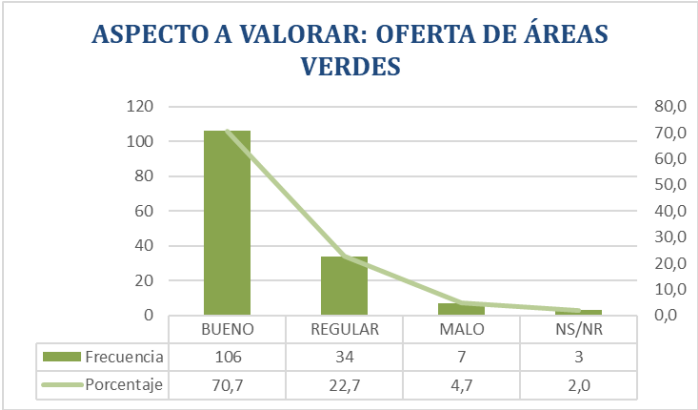
Ilustración 39 Animación y espectáculos



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

La animación y los espectáculos en la ciudad tuvieron una calificación positiva por parte del 78,7% de los turistas quienes indicaron que es buena. Tan solo el 14,7% y el 2,7% indicaron que es regular y mala, respectivamente.

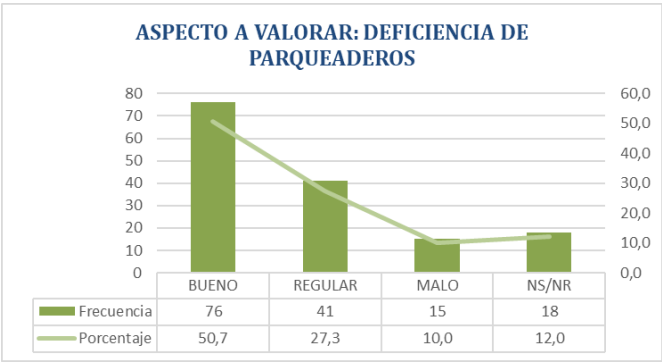
Ilustración 40 Oferta de áreas verdes



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

La oferta de áreas verdes en la ciudad, tuvo una percepción positiva por el 70,7% de los turistas, quienes la calificaron como buena. Esto coincide con que tanto el Parque Simón Bolívar como otros Parques fueron elegidos por algunos turistas entre los lugares más representativos de la ciudad. Por otro lado, el 22,7% indicó que es regular y tan solo el 4,7% indicó que este tipo de oferta es mala.

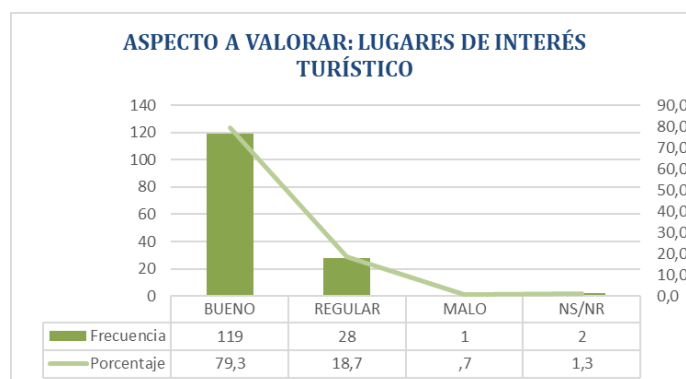
Ilustración 41 Deficiencia de parqueaderos



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

La deficiencia de parqueaderos es un aspecto en el que los turistas coincidieron que es más bien Buena en un 50,7%, regular en un 27,3% y finalmente, tan sólo el 10% indicó que es mala y un 12% No sabe no responde.

Ilustración 42 Lugares de interés turístico



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

Un gran número de turistas, calificó de buenos los lugares de interés turístico que posee la ciudad de Bogotá; 119 turistas quienes conforman el 79,3% de los encuestados. Tan solo el 18,7% indicó que esta oferta es regular y tan solo un turista percibió que son malos.

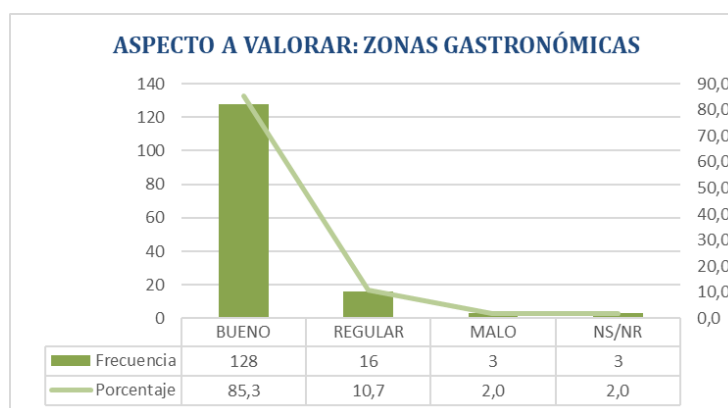
Ilustración 43 Shopping



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

La actividad de *Shopping* o Compras en la ciudad de Bogotá fue calificada por el 86,7% de los turistas como buena, con un total de 130 turistas. Tan solo el 10% indicó que lo concerniente a esta actividad es regular y tan solo 2 turistas, es decir el 1,3% indicaron que es mala.

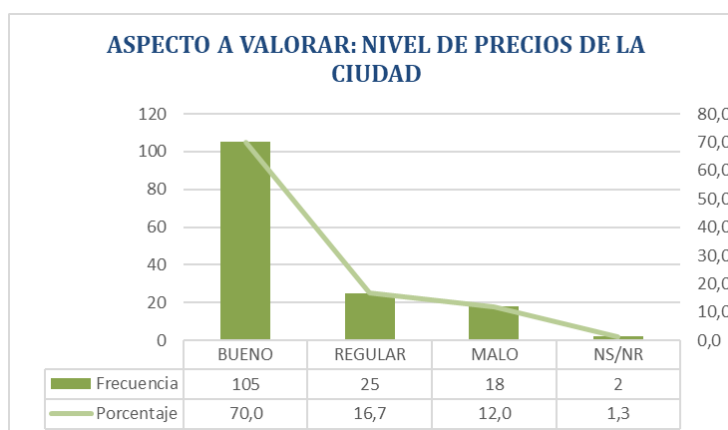
Ilustración 44 Zonas gastronómicas



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

Las zonas gastronómicas de la ciudad de Bogotá, fueron calificadas como buenas por un total de 128 turistas quienes conforman el 85,3% de los encuestados. Tan solo el 10,7% indicó que estas zonas son regulares y el 2% que son malas.

Ilustración 45 Nivel de precios de la ciudad

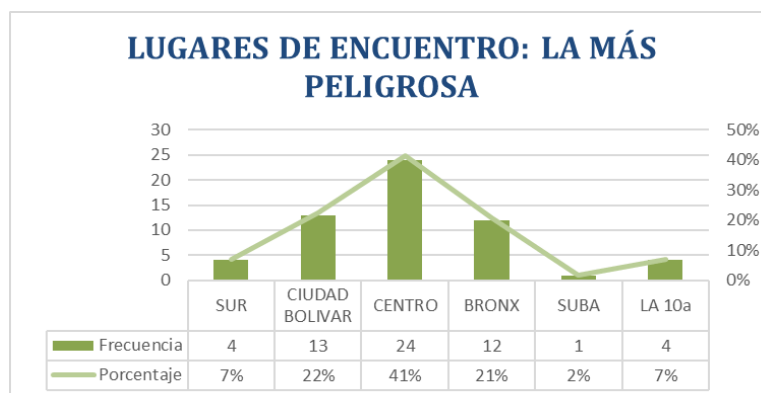


Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El 70% de los encuestados indicaron que los niveles de precios de la ciudad son buenos, lo que coinciden con que una gran mayoría percibe la ciudad como económica. En cuando a la calificación regular, tan solo el 16,7% eligió esta respuesta para calificar este aspecto. Finalmente, el 12% indicó que los niveles de precios de la ciudad son malos.

2.5.1.4 Lugares de encuentro

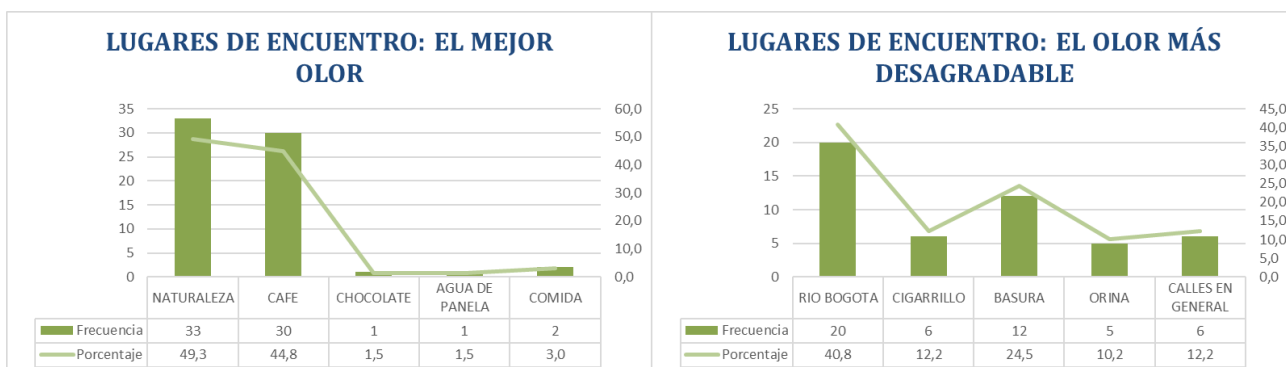
Ilustración 46 La más peligrosa



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

De un total de 58 encuestados, el 41% perciben que el centro es uno de los lugares más peligrosos de la capital, seguido de Ciudad Bolívar y del Bronx con 22% y 21% respectivamente.

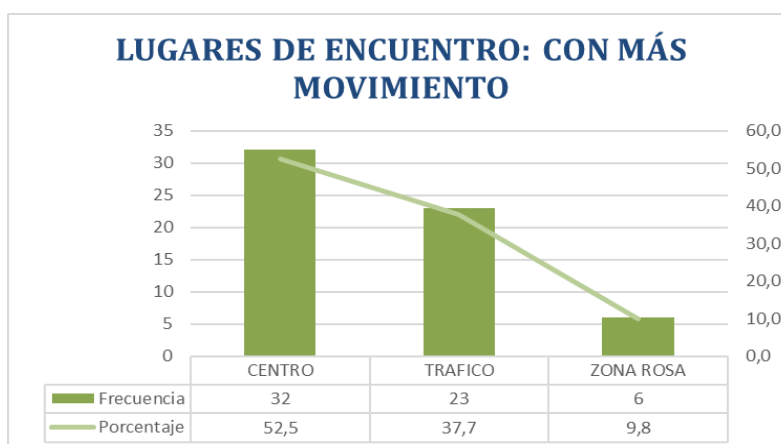
Ilustración 47 Olor



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

En cuanto al mejor olor y el olor más desagradable, los turistas opinan que el mejor olor de Bogotá es el de la naturaleza, seguido del café, con un 49,3% y 44,8% respectivamente. Por otro lado, 40,8% de los encuestados opinan que el olor del río de Bogotá es el más desagradable; seguido del de la basura, 24,5%.

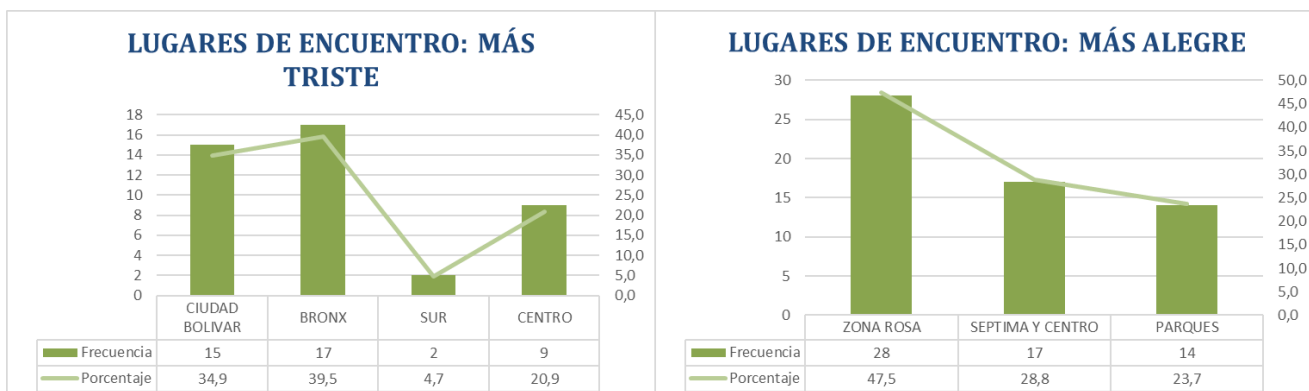
Ilustración 48 Con más movimiento



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El 52,5% de los turistas que fueron encuestados, consideran que el centro es el lugar con más movimiento en Bogotá; el 9.8% que es la Zona Rosa, el área con más movimiento.

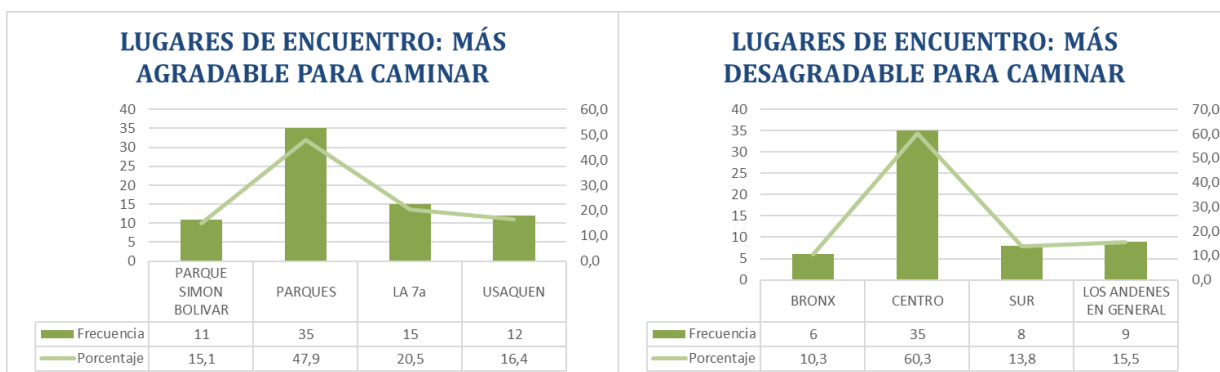
Ilustración 49 Más triste y más alegre



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

En cuanto a los lugares más tristes y más alegres de la ciudad de Bogotá, el 39,5% de los turistas piensa que el Bronx es el lugar más triste, seguido de Ciudad Bolívar y del centro. Sin embargo, 28,8% de los encuestados cree que la séptima y el centro son algunos de los lugares más alegres de Bogotá. La Zona Rosa, fue el lugar calificado como el más alegre.

Ilustración 50 Para caminar

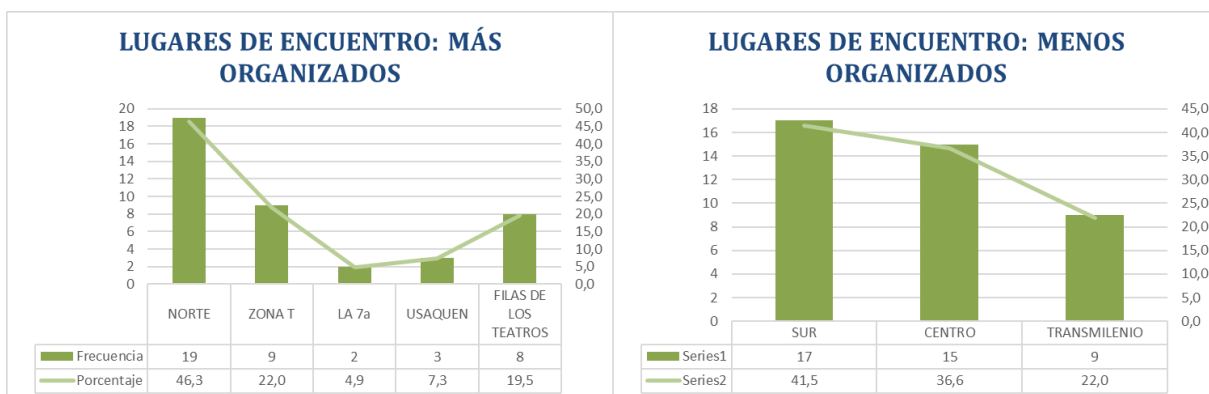


Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

Los lugares más agradables para caminar según los turistas son: los parques, la Séptima, Usaquén y el parque Simón Bolívar, con 20,5% Y 16,4% respectivamente. Por su parte, 60,3%

de los encuestados opinaron que el centro es el lugar más desagradable para caminar; 13,8% del total dijeron que el sur y el 15,5% consideraron que son los andenes en general.

Ilustración 51 Más y menos organizados



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

Se preguntó acerca de los lugares más organizados y menos organizados en la ciudad, a lo que los encuestados respondieron que los más organizados son: el norte (46,3%), la Zona T (22%) y las filas de los teatros (19,5%). En cuanto a los espacios en donde hay menos orden están: el sur (41,5%), el centro (36,6%) y el Transmilenio (22%).

2.5.1.5 Tiempos, marcas y ritos

Ilustración 52 Importancia de actividades desarrolladas

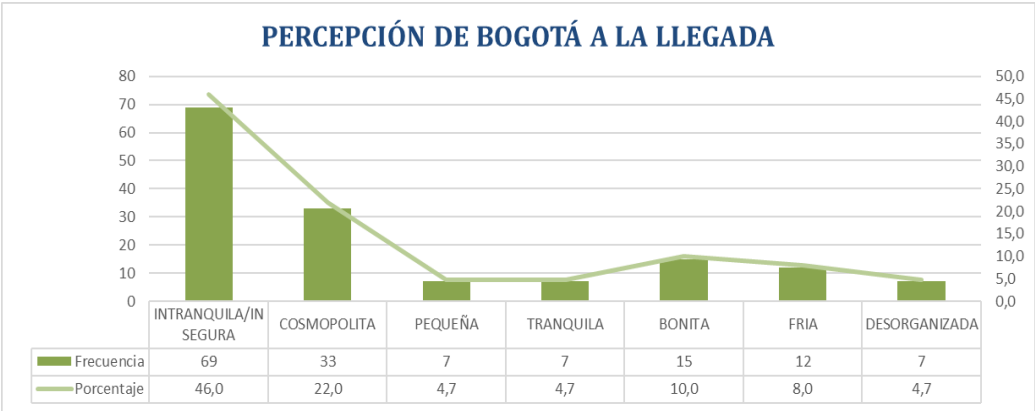


Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

En la gráfica, se muestran las 12 actividades más importantes y menos importantes para los turistas, teniendo en cuenta 6 criterios: las menos importantes, las poco importantes, las que no son ni muy importantes, ni poco importantes, las que son muy importantes, y no sabe, no responde.

La actividad desarrollada por los turistas a la que dijeron que era muy importante fueron las visitas culturales e históricas (62,7%), seguido de salir a comer y la visita a centros comerciales, 43,3% y 42,7% respectivamente. Por otro lado, las actividades menos importantes fueron ir a teatro (8,7%) e ir a bares o discotecas (8%).

Ilustración 53 Percepción a la Llegada de Bogotá



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El 46% de los turistas tuvo una percepción negativa cuando llegaron a Bogotá, puesto que la apreciaron como una ciudad intranquila e insegura. Solo el 22% de los encuestados la calificaron como cosmopolita y el 10% como bonita.

Ilustración 54 Lo que más y menos le gustó de Bogotá.



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

Por un lado, lo que más les gustó a los turistas encuestados, fue el centro histórico (32%), la gente (20,7) y la gastronomía (14,7%). Por otro lado, no les gustó el tráfico de la ciudad ni la inseguridad, con un 38,7% y 13,3%, respectivamente.

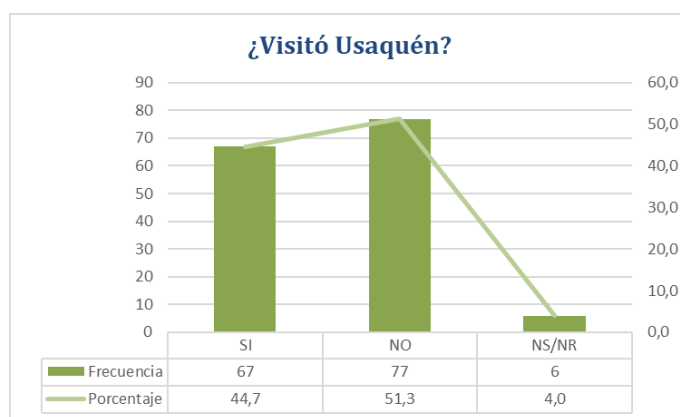
Ilustración 55 Identificación con un lugar de Bogotá.



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

En la gráfica anterior se muestran los turistas encuestados que se identificaron o no con algún lugar de Bogotá, a lo que el 68% respondieron que no se identifican con alguno en especial; tan solo el 28% respondieron que sí lograron sentirse identificados con un lugar de la ciudad.

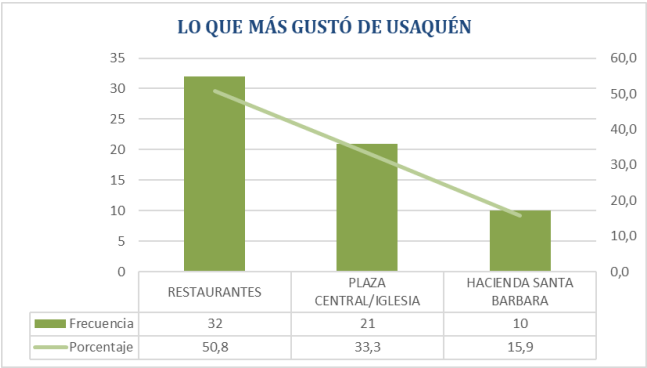
Ilustración 56 ¿Visitó Usaquéen?



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

El 44,7% de los turistas indicaron que visitaron la ZIT Usaquéen, es decir un total de 63 personas; sin embargo, el 51,3% de los turistas indicaron que a la fecha no habían conocido esta zona de la ciudad.

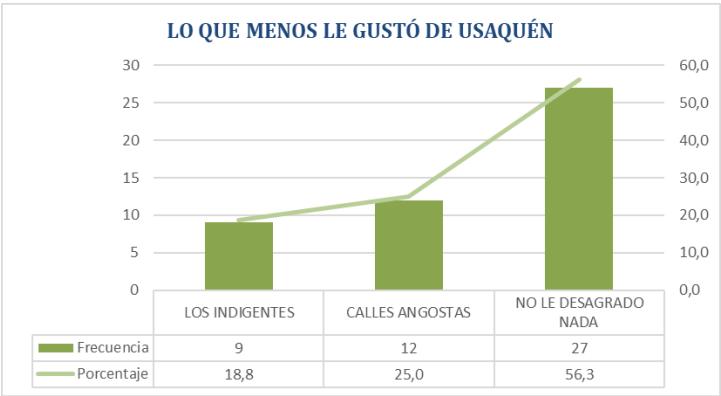
Ilustración 57 Lo que más gusto de Usaquéen



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

De un total de 150 turistas quienes contestaron la encuesta, 63 habían visitado la zona. De esta muestra, el 50,8% indicó que lo que más le gustó de la ZIT Usaquéen fueron los restaurantes, lo que se relaciona con que su amplia oferta. por otro lado, el 33,3% indicó que la plaza central y la iglesia fue lo que más gustó, y finalmente el 15,9% indicó que fue el centro comercial Hacienda Santa Bárbara.

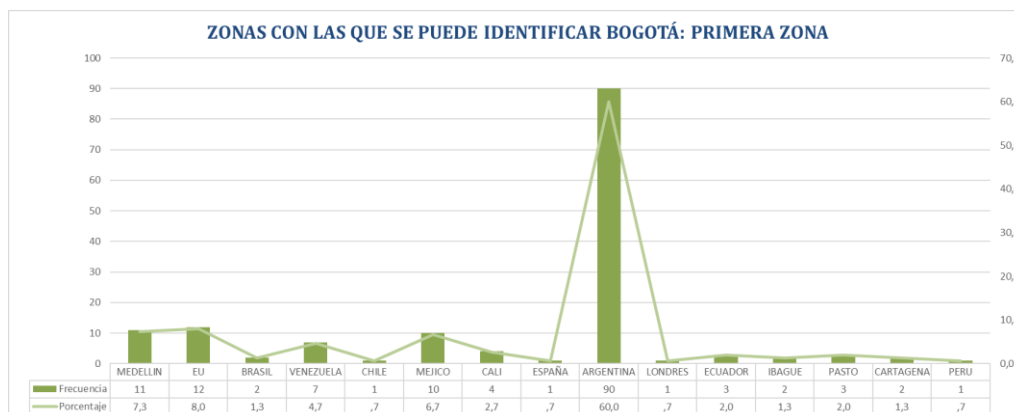
Ilustración 58 Lo que menos gustó de Usaquéen



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

De los 150 turistas que contestaron la encuesta, 48 contestaron a esta pregunta. El 56,3% de este grupo, consideraron que nada les desagradó de la zona. Por su parte, el 25% indicó que lo que menos les gustó, fueron las calles angostas y el 18% coincidió que son los indigentes.

Ilustración 59 Zonas con las que identificaría Bogotá



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

En la gráfica se muestra la primera zona con la que Bogotá se podría identificar, dando un total de 15 países o ciudades. Es evidente que los turistas consideran que Argentina es el país con el que más se puede identificar la capital del país, con 60% respectivamente. Finalmente, Estados Unidos y México, fueron los que mayor porcentaje tuvieron, después de Argentina.

Ilustración 60 Costo de Bogotá



Fuente: elaboración propia con base en encuesta adelantada en el mes de diciembre de 2016 en Bogotá.

Más de la mitad de los turistas encuestados, 62,7%, consideraron que Bogotá no es una ciudad costosa.

Algunas reflexiones

Dados los resultados anteriores, se evidencia una tendencia a identificar la ciudad con varios contenidos que contrastan entre sí: la visita a los centros históricos, dentro de ellos La ZIT Usaqué, aparece con una alta motivación para los visitantes, sumado a actividades propias de los lugares turísticos contemporáneos, como es la apropiación cada vez mayor de espacios públicos, como los parques, las plazas centrales, las zonas gastronómicas y la visita a centros comerciales, apuesta que hace parte de las nuevas formas de valoración ligadas a la tematización de los destinos. Se presenta una mezcla entre valores identitarios del lugar tradicional, vinculados, por ejemplo, al reconocimiento que hacen ellos, de elementos identificatorios asociados al pan, el café, el ajiaco y el dulce, encarnando imaginarios asociados a los valores culturales de alto posicionamiento vía campañas turísticas, por el voz a voz, por lo que destacan las redes sociales a través de comentarios de otros turistas y que en general son de fácil recordación. La identificación del olor de la ciudad vinculada a la naturaleza, el color verde, así como elementos que, si bien no se producen en Bogotá, como el café, mezclan valores asociados no sólo a la ciudad sino al país: floral, naturaleza, etc. En general se evidencia que la percepción de los turistas está asociada profundamente a los marcadores tradicionales del lugar, los cuales han venido siendo destacados a través de diversos medios de comunicación.

Contrastan las experiencias ligadas a la atmósfera atractiva de la ciudad, con el caos, el smog, el tráfico, el ruido y en general con imaginarios ligados a problemáticas sociales de los grandes centros urbanos de Latino América y del mundo, como la inseguridad, la identificación de zonas peligrosas como el Bronx, Ciudad Bolívar o el olor del río Bogotá. Pareciera que se mezclan perfectamente las cualidades de una ciudad emergente turísticamente con los problemas propios de las urbes, y en este caso, con especial énfasis en las problemáticas de movilidad.

Surge la identificación de zonas que cuentan con un posicionamiento de interés turístico y de mayor percepción de seguridad, como la zona Rosa, el norte, que muestran claramente una relación inversa entre imaginado mayor que real, en la medida en que, si bien pueden tener mayores problemas de inseguridad para los visitantes, estos las identifican de manera positiva. Llama la atención que además se le identifique a Bogotá con Argentina, en donde seguramente la ciudad de Buenos Aires, es el referente para compararla, ubicándola a la primera en el concierto de ciudades latino americanas que se pelean por posicionamiento internacional, como emergentes, dadas sus dinámicas económicas hacia la globalización, sumado a estrategias de competitividad internacional.

De acuerdo con los resultados, Bogotá es aún un **lugar turístico contemporáneo inacabado**, en el que, si bien ha habido esfuerzos por promoverla a nivel internacional, aún no se evidencia una marca territorial que genere identidad a sus habitantes y tampoco es fácilmente identificada para sus visitantes. Como se pudo evidenciar en este capítulo, desde diversos instrumentos de políticas públicas se hacen esfuerzos de promoción de la ciudad, vinculada a las zonas de interés turístico, entre ellas la de la ZIT Usaquén. Sin embargo, en las percepciones de los turistas encuestados, se evidencia una dispersión de la imagen turística característica de la ciudad, se asocia más bien a algunos marcadores, tradicionales: Monserrate, la Candelaria, pero no es evidente una marca y referentes sólidos de identificación. Es de anotar que no se referencian propuestas de turismo alternativo, vinculadas a nuevas rutas de graffiti, arte urbano, ciclomontañismo, etc. Más bien se evidencia en la percepción de los turistas encuestados, un imaginario asociado a una ciudad que no se mueve de sus referentes identificadorios tradicionales. Pareciera que los circuitos de comunicación de esa otra ciudad ligada a nuevas propuestas, fluye a través de otras redes.

La reputación de la ciudad, para los encuestados aparece dispersa. Mas bien se percibe como partículas del lugar, marcadores puntuales, que son visitados, pero no hay claras referencias a croquis de percepción por parte de los turistas, claramente definidos y delimitados, que

construyan una forma más holística o general de percibir la ciudad. Esto puede estar relacionado con el surgimiento relativamente reciente, desde finales de los noventa, de Bogotá como destino turístico. La estrategia de competitividad de la ciudad, que se ha mantenido a través del Instituto Distrital de Turismo, es aún incipiente. Adicionalmente, y si bien ha habido un esfuerzo de esta entidad por posicionar zonas de interés turístico de la ciudad, las cuales fueron propuestas en el Plan Maestro de Turismo, aún no aparecen identificadas en el imaginario de los turistas encuestados. En relación con la ZIT Usaqué, un porcentaje relativamente bajo, menos del 50% de ellos, la visitaron, lo cual puede estar asociado a que aún no es fuertemente identificada para los de afuera, como un lugar turístico interesante para visitar.

Las diversas percepciones de Bogotá como lugar turístico contemporáneo, dan cuenta desde los turistas encuestados, de **un lugar emergente**, que está en proceso de construcción de su marca y de sus elementos identificatorios. Sin embargo, es importante contrastar este análisis de la capital con una mayor profundización en una de sus zonas de interés turístico: la ZIT Usaqué. Esto con el fin de comprender en mayor profundidad sus dinámicas, a través de la corporalidad, las prácticas y los imaginarios sociales de sus habitantes, en relación con el lugar en que viven y en relación con los turistas, todo lo cual genera diversos procesos de reappropriación del lugar y múltiples contrastes y dicotomías.

Capítulo tres: Los Imaginarios y las prácticas sociales de los habitantes en la ZIT Usaquéen, Bogotá

*Desde la construcción simbólica de las ciudades contemporáneas
se representa este tipo de artificialización:
"Como teatro se desarrolla en detalle por David Chaney.
En el origen de la espectacularización de la ciudad,
el autor destaca un elemento físico (la reconstrucción y recuperación de los centros de las ciudades)
al lado de un elemento performativo
(la dramatización de las relaciones sociales en que los mismos
agentes se vuelven extraños al drama que ellos mismos representan)"*
(Fortuna, 1998, pág. 64).

3.1 Presentación

En el Plan Maestro de Turismo de Bogotá (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2011), se identifican las zonas más frecuentadas por aquellos visitantes motivados por los negocios y cuyas actividades se desarrollan principalmente en las centralidades socio económicas de la ciudad: centros financieros, de eventos, zonas francas industriales, articuladas con zonas gastronómicas que en los últimos años se vienen consolidando a partir de una demanda local y externa. Sólo en algunas ZIT de interés cultural como la ZIT Usaquéen, han surgido recientemente procesos de valoración para su uso turístico, en donde los visitantes están motivados por su patrimonio cultural, por una oferta relacionada con hitos arquitectónicos, eventos y un nuevo uso del espacio público.

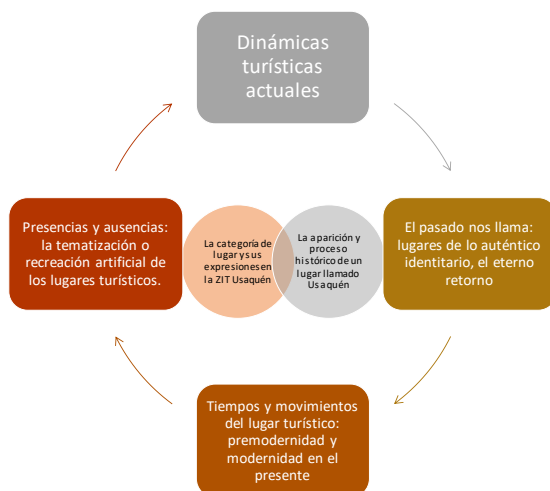
En la ZIT Usaquéen se ha venido construyendo un sentido de lugar asociado a la valoración de su patrimonio cultural e histórico en permanente transformación debido a nuevas lógicas que se vienen presentando en los últimos años. Desde inicios de los años noventa, la actividad turística se empieza a consolidar como una nueva práctica social, con la aparición de alojamientos, servicios de restaurantes, cafés, tiendas de arte, artesanías, entre otros, generando atracción para una gran afluencia de turistas el fin de semana, especialmente los

días domingos, proyectando nuevos imaginarios que aportan a la imagen de marca turística de la ciudad. En este sentido, el turismo se encarna en diversos lugares, como fuerza externa a los mismos, generando transformaciones a partir de las experiencias de los turistas y de su interacción con los sujetos que allí habitan.

Todo ello hace que se convierta en uno de los lugares de mayor interés de la ciudad, reuniendo diversas expresiones ligadas a la contemporaneidad. Las reflexiones y resultados que acá se presentan, se centran en el análisis que se ha adelantado en la ZIT Usaquéen como lugar – patrimonio (Van Der Hammen et al., 2011) y como nodo articulador de dinámicas económicas, sociales e históricas de la ciudad, cuyos contenidos sociales, simbólicos y estéticos surgen de los imaginarios y las prácticas sociales asociadas a la experiencia de los habitantes en su interacción con los turistas. Es importante reflexionar sobre estos procesos que se derivan de dichas prácticas sociales, a partir de las cuales se construyen diversas formas de vivenciarlo.

Este capítulo se ha estructurado así: se aborda la categoría de lugar y cómo se expresa en la ZIT Usaquéen; se analiza el proceso histórico de la zona; y, por último, se ilustran sus dinámicas turísticas actuales, las cuales recogen algunas de las expresiones de la contemporaneidad que revisábamos en el primer capítulo. Para ello, se desarrollan los siguientes ejes temáticos: El pasado nos llama: lugares de lo auténtico identitario, el eterno retorno; Tiempos y movimientos del lugar turístico: premodernidad y modernidad en el presente; y Presencias y ausencias: la tematización o recreación artificial de los lugares turísticos.

Ilustración 61 Expresiones de la contemporaneidad en la ZIT Usaquéen



Fuente: Elaboración propia.

Para ello, la categoría de lugar que ha propuesto la geografía humanística ((Relph, 1976); (Tuan, 1977); (Seamon D. , 1979), (Seamon D. , 2000), (Seamon & Mugerauer, 2012); (Buttimer & Seamon, 1980), (Buttimer, 1993); (Basso & Feld, 1996); (Cresswell, 2004), entre otros), surge como el eje central de abordaje, para comprender estos procesos en la ZIT Usaquéen. El lugar entonces se entiende como aquel que se construye permanentemente a partir de la interacción de los sujetos con él y con los otros sujetos, y que se expresa tanto material o de manera corpórea, como simbólicamente, a través de las diversas maneras como los sujetos que le habitan se apropian del mismo, en sus formas particulares de recorrerlo, en sus prácticas cotidianas, o de los sitios que visitan durante su tiempo libre, sus espacios sociales, etc. Simbólicamente, a través de las diversas maneras como se denomina y adjetiva el lugar, de las diversas maneras como se apropia, se vive, se disfruta, se representa, se imagina y sueña por aquellos que le habitan, como un holograma en permanente transformación.

4.2. La categoría de lugar y sus expresiones en la ZIT Usaquéen

Hablar de turismo es hablar de lugar. Este fenómeno, que como se ilustró en el primer capítulo, aparece en la llamada modernidad, ha estado vinculado estrechamente a su manifestación más concreta y tangible, el territorio; pero este no solo es definido desde sus elementos físico materiales como se le concibió durante muchos años, especialmente desde la perspectiva del denominado turismo moderno, sino que incorpora, según agnew, las estrechas relaciones entre los sujetos sociales que allí se encuentran y que desde sus experiencias concretas y particulares construyen nuevas significaciones y sentidos de lugar, a partir de los vínculos subjetivos y emocionales de las personas con este (Jhon Agnew, citado por (Cresswell, 2004, pág. 7).

La geografía humanística ha dado las bases para la comprensión desde la fenomenología, de la categoría de lugar la cual ha sido inspirada por corrientes filosóficas. En este sentido, los procesos culturales y las prácticas sociales toman vital importancia en la comprensión de los lugares como sistemas simbólicos complejos, dinámicos para quienes los habitan o en el caso del turismo para quienes también los visitan, y a partir de la interacción social, se construyen nuevos sentidos y significados, nuevas formas de ser en y con el lugar. Esta perspectiva fenomenológica enriquece la comprensión del lugar turístico, en el que la experiencia va a mediar en las relaciones intersubjetivas que se construyen entre los involucrados - turistas y habitantes -, expresándose a través de diversos imaginarios y prácticas sociales en las que el lugar es corporeizado, nominado, vivido y experimentado.

Feld y Basso (1996) evocan los lugares como modos de expresión discursivos y no discursivos a través de los cuales cada día y principalmente de manera poética los sentidos de lugar son localmente articulados. Creswell (2004), plantea que este es concebido como el Ser, como un componente necesario y significativo que da un profundo sentido de existencia de la condición humana; es la forma de experimentar el mundo sentando las bases para las interacciones sociales. Según el autor, la categoría de lugar ha sido abordada en dos sentidos: como objeto y como forma de mirar al mundo. Mirar al mundo como múltiples lugares en

cierto sentido separados uno del otro, es a la vez un acto de definición de que existen (perspectiva ontológica) y una forma particular de ver y conocer el mundo (epistemológica y metafísicamente). Lugar no es simplemente algo a ser observado, investigado y escrito, es en sí mismo una forma de ver, investigar y escribir: “Lugar es una idea, un concepto y una forma de ser en el mundo” (Cresswell, 2004, pág. 20. trad propia). Por tanto, las diversas maneras como los habitantes de Usaquéen se apropian día a día de su lugar, cómo lo recorren, cómo disfrutan su tiempo libre, está construyendo ese vínculo profundo con él.

Massey (citado por (Cresswell, 2004)), propone que la conceptualización del lugar sea abierta e híbrida, como productos de flujos interconectados o rutas más que de raíces. Desde esta perspectiva, estaría en contraposición al sentido de lugar como arraigado y auténtico o como sentido de identidad inamovible, dado que aquel es transformado por el cambio, las dinámicas y las prácticas sociales, entre ellas las derivadas de la experiencia turística. Como veremos más adelante, esta dicotomía de los lugares turísticos que contienen valores vinculados al patrimonio histórico y cultural de una ciudad como Bogotá, entran en tensión con las nuevas formas de valoración de los mismos, pues empiezan a aparecer, como es el caso de la ZIT Usaquéen, nuevas expresiones vinculadas a la contemporaneidad y a tendencias globales de marcas de hoteles, restaurantes o tiendas de diseño, entre otras, con alta reputación para el mercado turístico internacional y nacional, todo lo cual está transformando permanentemente el mismo y la manera como los habitantes le perciben.

Desde una perspectiva fenomenológica (Tuan, 1977) establece relaciones entre espacio y lugar a partir de la experiencia humana y dada una dotación: “lugar es seguridad, espacio es libertad” (Tuan, 1977, pág. 3) ; el espacio es delimitado y defendido, mientras que el lugar es el centro, es significado por el sentido que le da la existencia y es el humano quien tiene la capacidad de simbolizarlo, comprenderlo y experimentarlo. En esta línea argumentativa el autor plantea que la experiencia, - directa e íntima; o indirecta y conceptual -, está mediada por símbolos y es en donde el sentido de espacio emerge con el de lugar: cuando un espacio

indiferente empieza a convertirse en lugar es cuando lo comprendemos mejor y dotamos a aquel de valor. Desde la seguridad y estabilidad del lugar, plantea el autor, se es consciente de la actitud abierta, la libertad y la amenaza del espacio y viceversa. Si se piensa en el espacio como el que permite el movimiento, entonces lugar es pausa. Cada pausa en movimiento hace posible que la ubicación sea convertida en lugar. Esta dicotomía de movimiento y pausa se expresa de manera permanente en la ZIT Usaquéñ, como veremos más adelante, a través de diversas formas de vivir y percibir el lugar por parte de sus habitantes, quienes trazan sus itinerarios en algunos casos super poniéndose a la lógica turística y en otros, alejándose de ella.

Se busca comprender la naturaleza de la experiencia humana y la perspectiva experiencial. El sentido del espacio, afirma Tuan (1977), es más abstracto y emerge con el de lugar a través de la experiencia, misma que nos permite dotarlo de valor y conocimiento: espacio es movimiento, lugar es pausa y cada pausa en movimiento hace posible que una locación sea transformada en lugar. El lugar entonces se asume como el hogar, y hogar, expresa Tuan, es donde puedes ser tú mismo, por tanto, la noción de hogar es una metáfora de lugar y éste puede expresarse desde el rincón de la habitación de un niño, hasta el planeta tierra y el lugar que éste ocupa en el universo (Tuan, 1977). En esta línea Bachelard también propone una aproximación fenomenológica para comprender las diversas formas como los seres humanos construyen significados sobre el espacio doméstico: En la casa se descubre una metáfora sobre la humanidad (1994), sobre sus significados y diversas formas de experienciarla por parte de sus habitantes, en un doble juego de impacto de las formas sobre estos y viceversa. No importa si las dinámicas contemporáneas transforman rápidamente las diversas maneras en las que los habitantes como los de la ZIT Usaquéñ, se apropian del mismo. Sigue siendo su lugar de vida, de encuentros y desencuentros, adaptándose en mayor o menor medida a sus transformaciones, pero defendiendo ese sentido de su lugar de vida.

Podríamos entonces considerar que la experiencia turística es el medio a través del cual los sujetos involucrados, turistas y habitantes, construyen espacio y lugar, movilidad y pausa y que a partir de cada encuentro o desencuentro se van creando diversas simbolizaciones que resignifican el sentido de lugar. Maccannell plantea esa sincronía entre pausa y movilidad, en la que ante todo las interacciones humanas se constituyen en el eje central de la experiencia turística, por fuera de los circuitos comerciales globales: “el sitio pasó a ser algo más que una coordenada espacial, más que un lugar de intimidad protegida para individuos con ideas afines. Se convirtió, así mismo, en el lugar de una relación humana entre individuos con ideas dispares, el lugar de un urgente deseo de compartir: una relación estrecha entre un desconocido y otro, o una generación y otra, a través del elemento local” (2003, pág. 261). Por tanto y según el autor, una aproximación fenomenológica al lugar turístico buscaría la esencia de la existencia humana como necesaria y fundamental y desde la experiencia turística son los sujetos involucrados: turistas y habitantes, los que aportan en la construcción simbólica del lugar, asumiéndose al visitante no solo como consumidor sino como ensamblador de la subjetividad y de diversos mundos simbólicos (Maccannell, 2011, pág. 97). Es así como se expresa en la ZIT Usaqué, en la medida en que las dinámicas que surgen de las experiencias entre habitantes y turistas, resignifican los imaginarios y prácticas de unos y otros, generando ritmos distintos, por ejemplo, en la usabilidad del lugar entre semana versus el fin de semana, o entre el día y la noche, etc.

El lugar turístico se expresa entonces como un entramado complejo de relaciones intersubjetivas que se expresan a través de prácticas sociales, las cuales se nutren y cambian permanentemente a partir de los imaginarios sociales que circulan sobre dicho lugar. Urry y Larsen (2011, pág. 154), plantean cómo los lugares son reproducidos a través de performances que surgen de múltiples relaciones entre las organizaciones, las máquinas y especialmente las construcciones, en un proceso de anticipación, diseño y recordación de éstas últimas. Podríamos entonces evidenciar cómo en los lugares turísticos como la ZIT Usaqué, se representa este tipo de entramado que va tejiendo nuevas relaciones entre sus

habitantes y los turistas, cambiando las prácticas sociales de los primeros, como veremos más adelante. La zona se convierte entonces en una clara expresión de la contemporaneidad en donde la intersubjetividad juega permanentemente con el cambio y el lugar da respuesta a lo que el otro, el extraño, desea encontrar: representaciones de hitos globales de fácil recordación que le permitan disfrutar aquellas imágenes que fluyen a través de los medios de comunicación, mezcladas con algunas partículas del pasado y que se ven representadas en los bienes de interés cultural que aún se conservan.

Desde la nueva antropología cultural (Geertz, 1987); (Clifford, 1999); (Escobar, 2000), también se viene enriqueciendo el análisis de la categoría de lugar, a partir de la fenomenología, la hermenéutica y la teoría social, particularmente en lo relacionado con la percepción, el significado, la experiencia y la invención. Feld y Basso (1996) explican cómo los procesos culturales y las prácticas son las que permiten que los lugares sean performáticamente significativos y multidimensionales, activamente sentidos y percibidos. Describen cómo éstos son mucho más que construcciones culturales, dado que en ellos se expresan diversas formas específicas en las que se naturalizan diferentes mundos de sentido, evocaciones etnográficas con teorías locales de la morada (vivienda), las cuales no solo son referidas a aquello sobre el vivir en el lugar, sino que además abarcan formas de fusión, de ajuste a la situación, a la localidad del mundo de la vida, como se está dando en la ZIT Usaquén, a partir de nuevos performances que se expresan en el lugar, desde las experiencias entre habitantes y turistas, creando nuevas tensiones entre aquello que le da sentido a sus moradores, versus lo que buscan los turistas.

Los autores describen un amplio rango de modos de expresión discursivos y no discursivos a través de los cuales de manera cotidiana y poética se van constituyendo mayores sentidos de lugar que son localmente articulados, a través de prácticas expresivas específicas y performances que involucran actos, eventos y objetos con significado. Todo ello ilumina diferentes formas a través de las cuales el lugar es expresado y experienciado: “Las prácticas

permiten unas intrincadas fortalezas y fragilidades que conectan lugar con la imaginación social y la práctica, para memorizar y desear, para vivir y moverse” (Basso & Feld, 1996, pág. 8. Trad. propia). Los lugares, por tanto, se expresan de maneras muy poéticas, sensuales y sonoras. Los autores plantean cómo, por ejemplo, la toponimia es profundamente rica en significados, sentidos que evocan perspectivas morales, cosmológicas y texturas biográficas (pág. 9), que se recrean permanentemente, como en la ZIT Usaquéen, a partir de las prácticas de sus habitantes, las cuales han venido resignificando en los últimos años, a partir del impacto de la llegada masiva de los turistas a sus lugares de vida. Por ello, en este capítulo se profundizará en esa amalgama de sentidos que se están construyendo a partir de las experiencias entre habitantes y turistas con la ZIT Usaquéen: sus cambios y transformaciones derivados de lógicas económicas que se imponen desde lo global hacia lo local, como lo es el turismo, pero cómo también surgen tensiones desde una defensa de lugar desde lo local hacia lo global, generando nuevas dinámicas, nuevas formas de apropiación, de movimiento, que en algunos casos confluyen entre los sujetos, y en otros casos se alejan, se distancian, generando mayor polaridad y dicotomías en las maneras como se inter cruzan unos y otros. Para una mayor comprensión de estos procesos, es importante revisar cómo se dio el proceso de aparición de la ZIT Usaquéen, y cómo ha sido su proceso histórico, así como sus dinámicas recientes, para a partir de allí comprender las expresiones de este como lugar turístico contemporáneo.

3.2 La aparición y proceso histórico de un lugar llamado Usaquéen

Sus orígenes como asentamiento Muisca, se remontan al periodo prehispánico. Posteriormente en 1539 se funda como poblado indígena. Etimológicamente, “Usaquéen proviene del vocablo chibcha Usaquyn, que quiere decir: donde se hizo lodo o cenagal...se dice también que su nombre proviene de Usacá, hija de Tisquesusa, y a quien fray Domingo de las Casas casó con el capitán español Juan María Cortés, quien recibió como dote esas tierras. Usaquéen también es conocida por sus habitantes como tierra del sol. En la época de

la Colonia, la región de Usaquén abarcaba La Calera, Chía y Guasca, constituyéndose en paso obligado de los viajeros hacia Tunja” (Zambrano y Castelblanco, citados por (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2004). Según Zambrano y Castelblanco (2000), en 1539 se inicia por parte de los españoles la construcción del poblado de Santa Bárbara de Usaquén y fue dada en encomienda a varios conquistadores.

Según la Secretaría Distrital de Planeación, en 1777, dados los bajos tributos que se aportaban al Virreinato Español y la mala conectividad con la ciudad, el lugar fue “desalojado y sus habitantes trasladados a Soacha, al suroccidente de la planicie, pues las autoridades españolas declararon extinta la zona, siendo poblada nuevamente con el transcurrir del tiempo; el proceso de poblamiento se caracterizó por la construcción de grandes haciendas, especialmente de extranjeros” (2009). De acuerdo con la misma fuente, En el siglo XIX solo existían unas 120 casas de paja y se construyeron tres haciendas destacadas, la de Santa Bárbara, la del Cedro y la de Santa Ana, las cuales van a sufrir un proceso de transformación en el siglo XX, consolidándose en lugar de vivienda y descanso para familias adineradas de Bogotá. En 1905 se construye la carretera central del Norte de la ciudad conectando más fácilmente a ésta con dicho poblado: “En esa época no había carreteras, así que la estación de Usaquén , que databa de la tercera década del siglo, y la de La Sabana, en la calle 13 con carrera 18, eran los centros de recepción más importantes para los visitantes de la capital...Pero a partir de la segunda mitad del siglo XX, la estación de Usaquén padeció, junto a muchas otras en todo el país, los males del olvido” (El Tiempo, 2007, pág. s.p.).

Según Díaz (2005), entre 1904 y 1909 se da un proceso de consolidación y fortalecimiento de Bogotá como Distrito Capital del país, con el gobierno conservador de Rafael Reyes. Posteriormente y luego del periodo de la hegemonía conservadora, se consolidó la denominada “Republica Liberal” con el Presidente Alfonso López Pumarejo, quién impulsó reformas a la constitución, a través del Acto Legislativo número 1 de 1945, en donde además se asignó la ciudad como Distrito Especial. Se consideró además, la anexión de municipios

con continuidad geográfica a la capital, lo cual dio como resultado que durante el gobierno de facto del General Gustavo Rojas Pinilla en 1954, se sumaran seis municipios vecinos: Usaqué, Suba, Engativá, Fontibón, Bosa y Usme (pág. 123). Según el mismo autor, la ciudad se estaba configurando desde finales del siglo XIX, urbanísticamente de manera policéntrica, con la aparición de Chapinero que se sumaba a la ya existente Plaza de Bolívar, tendencia que se fortaleció con la sumatoria de los seis municipios. En el caso de Usaqué, se va a agregar como una nueva centralidad a partir del trazado de la Plaza y la iglesia y allí, al igual que en los otros municipios que se habían anexado, se inicia desde esa época un proceso de urbanización al cual no le aplicaba el régimen existente: “Estas urbanizaciones no estaban obligadas a cumplir las normas de la ciudad. Sólo necesitaban el permiso de la oficina de planeación del departamento de Cundinamarca. Esta forma de crecimiento urbano fuera del perímetro de Bogotá demuestra que su desarrollo no ha sido únicamente del centro hacia la periferia y los municipios vecinos, sino también en sentido contrario, desde los municipios vecinos hacia el centro” (Díaz, 2005, pág. 125).

Se proyectó la creación del ferrocarril de la Sabana con el Decreto Legislativo del 12 de febrero de 1865, de la Asamblea Constituyente de Cundinamarca, y finalmente se inició en 1889 (Ortega, 1917). Este fue conectando a la ciudad con la zona norte, con varias estaciones principales como la de Chapinero, Calle 100, Fontibón, Bosa y la de Usaqué. Esta última construida en 1926 por la firma belga Societé Nationale de Chemins de Fery, lo cual transformó el paisaje urbano, constituyéndose las mismas en articuladoras de la conectividad de la ciudad y en un espacio vivo y dinámico que configuró nuevas prácticas sociales.

Ilustración 62 Estación de Ferrocarril de Usaquén



Foto: tomado de http://www.portalbogota.com/galeria_imagenes_bogota.html

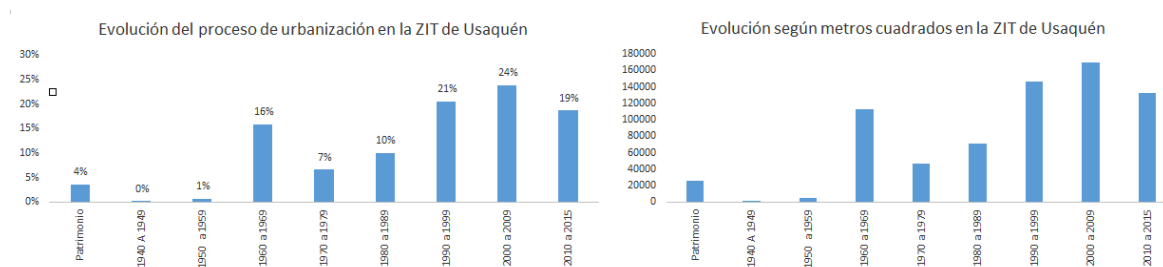
Fuente: Estación de Usaquén en los años 20. Historia de Colombia.

Tomado de http://contenidos.civico.com/wp-content/uploads/2015/11/estacion-de-usaquen-historia-de-colombia-%e2%80%8f@colombia_hist-twitter.jpg

Díaz plantea cómo hacia 1960 Usaquén sufre un proceso de crecimiento demográfico, mismo que se estaba dando en Bogotá, derivado del desarrollo de las infraestructuras de acueducto y energía, permitiendo el asentamiento de grupos de ingresos medios y altos: “Las áreas de los antiguos municipios de Suba y Usaquén, atravesadas por la autopista norte (1951), vía de altas especificaciones, que comunicaba con el municipio de Chía, experimentarían su mayor auge de crecimiento en los años sesenta, toda vez que las infraestructuras de agua y electricidad solo se desarrollaron después de 1958” (2005, pág. 126).

Estas áreas permitieron el desarrollo de urbanizaciones para altos y medios ingresos, para los cuales estos servicios públicos eran prioritarios” (Díaz, 2005, pág. 126). Este proceso se dio como resultado del poco control urbano en esa época y aún hoy se mantiene en la medida en que los cambios en usos del suelo en la zona en los últimos años, se han dado de manera significativa, transformando radicalmente el uso residencial por uso comercial y la edificabilidad, la cual se ha transformado de manera abrupta, como veremos más adelante. A continuación, se muestra el proceso histórico de urbanización de la ZIT Usaquén tomando como año base 1940 hasta el 2015:

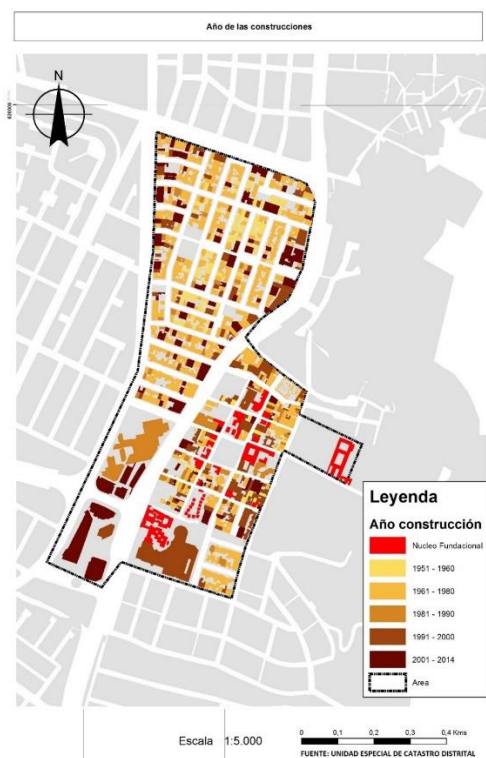
Ilustración 63 ZIT Usaquéen



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

En el gráfico anterior se evidencia el proceso de cambio en términos porcentuales, del proceso de urbanización de la ZIT Usaquéen, desde 1940 hasta el 2015. Entre el año 1940 y el 2015, se construyeron en total 710.982,9 Mts2. Del 100% de los Mts2 construidos en ese periodo de tiempo, un 4% corresponde a construcciones declaradas patrimonio y se evidencia que entre el año 2000 y el 2009, y entre 1990 y 1999, se registra la mayor cantidad de Mts2 construidos; con un 24% y un 21% respectivamente. Posteriormente, se encuentran los periodos comprendidos entre el 2010 y 2015, y entre 1960 y 1969; con 19% y 16% respectivamente. Después se ubican con un 10%, los años que van desde 1980 a 1989; y con un 7% desde 1970 a 1979. Finalmente, el 1% restante corresponde al periodo comprendido entre 1950 a 1959. Cabe resaltar que, entre 1940 y 1949 no se registran construcciones. Se evidencia un crecimiento significativo en la década de los sesentas y posteriormente, desde los noventas hacia acá, coincidiendo con el inicio del proceso de desarrollo turístico de la zona, con la aparición del Mercado de San Pelayo y la apertura de restaurantes, cafés, bares, así como la dinamización de un mercado inmobiliario que no se ha detenido hasta la actualidad. Lo que se evidencia además por las visitas a la zona, es que existe una alta rotación de propietarios y arrendatarios de varios de los locales, afectados por el alto valor de los arrendamientos en la zona, como se verá más adelante con el incremento considerable de precios. En el siguiente plano se muestra este patrón de crecimiento de las construcciones:

Ilustración 64 Año de las construcciones



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

Entre el año 1940 y el 2015, se construyeron en total 710.982,9 Mts². Del 100% de los Mts² construidos en ese periodo de tiempo, 25.803 Mts² corresponden a construcciones declaradas patrimonio y se evidencia que entre el año 2000 y el 2009, y entre 1990 y 1999, se registra la mayor cantidad de Mts² construidos; 169.393 Mts² y 146.117 Mts² respectivamente. Luego se encuentran los periodos comprendidos entre el 2010 y 2015, y entre 1960 y 1969; con 133.187 Mts² y 113.045 Mts² respectivamente. Enseguida se ubican con 71.010 Mts², los años que van desde 1980 a 1989; y con 47.090 Mts², desde 1970 a 1979. Finalmente, los 4.824 Mts² restantes corresponden al periodo comprendido entre 1950 a 1959 y, como se indicó anteriormente, entre 1940 y 1949 no se registran construcciones.

En términos político administrativos, al municipio de Usaquén se le asignó un alcalde menor en 1972, a través del Acuerdo 26 de ese año, siendo ratificada mediante el Acuerdo 8 de 1977 (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2004). Finalmente, en 1991 y dada la reforma administrativa del Distrito, se constituye en localidad, proceso que le va a dar mayor autonomía en su gestión (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2004).

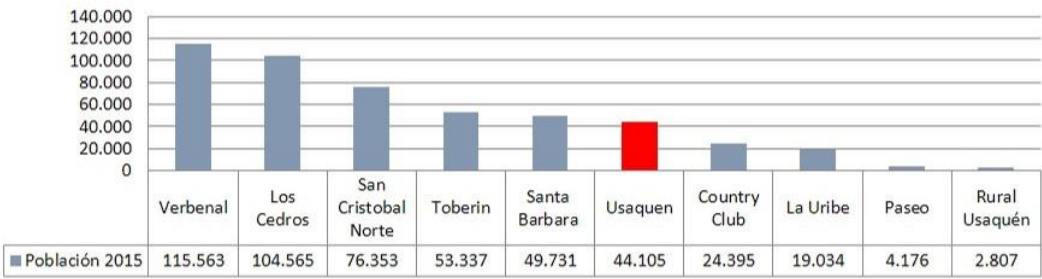
3.3 La ZIT Usaquén hoy

Actualmente la localidad de Usaquén está conformada por 6532 hectáreas, de las cuales 3807 constituyen suelo urbano y de ellas, 376 son áreas protegidas. El área rural cuenta con 2724 has., que también se encuentran bajo sistema de protección, constituyéndose en uno de los valores ambientales y estéticos más representativos de la zona. Así mismo se ubican 54 Bienes de Interés Cultural – BIC-, correspondiendo 30 a Conservación Integral, 4 de Conservación Monumental y 20 de Conservación Tipológica. Del total de BIC, 30 están localizados en el Barrio Usaquén, cercanos al nodo fundacional (Secretaría Distrital de Planeación, 2009). Desde el año 2002 la zona es incluida en el POT, con el tratamiento de conservación, bajo la modalidad de: Sectores de Interés Cultural (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2017).

La localidad está dividida en nueve Unidades de Planeación Zonal – UPZ -, dentro de las cuales se encuentra la de Usaquén con una extensión de 493 hectáreas, e incluye el barrio con su mismo nombre. Sobrevive el centro histórico, cuya plaza principal se ha constituido y se mantiene como el espacio público más importante de la misma, al ser el nodo articulador central de las dinámicas económicas y sociales de esa zona de la ciudad. Este corresponde a la UPZ 3 que cuenta con 131 hectáreas y en el que, según el estudio adelantado sobre la construcción de paisajes culturales como referentes de planificación urbana, sus valores ambientales, paisajísticos, culturales y estéticos significativos aún están muy bien conservados (Flórez, 2011). Sin embargo, la transformación significativa de usos del suelo en

los últimos años, da cuenta de un cambio abrupto como se refleja más adelante, a partir de algunas variables de análisis.

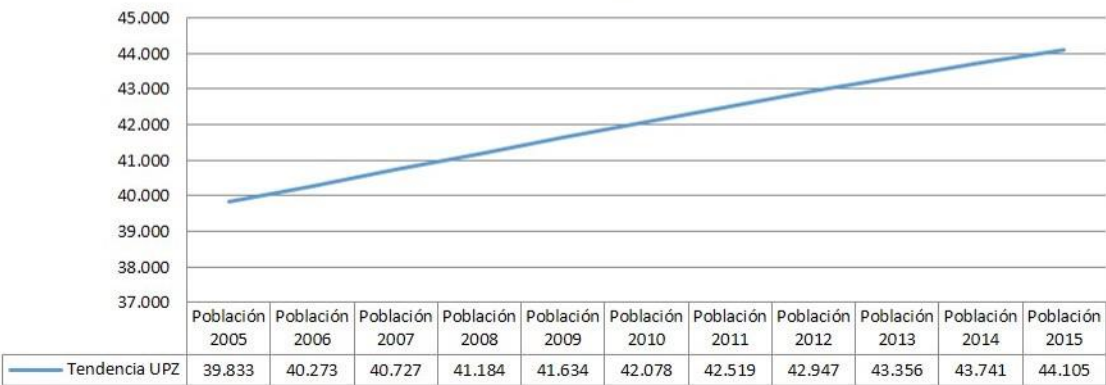
Ilustración 65 Distribución población localidad



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), 2016.

Para el año 2015, la localidad de Usaquén contaba en promedio con 494.066 habitantes, los cuales en su mayoría pertenecían a las UPZ's de Verbenal, 115.563 (23%) y Los Cedros, 104.565 (21%). Con respecto a la UPZ Usaquén, a esta pertenecían 44.105 habitantes (9%). El resto de la población estaba dividida entre las otras 9 UPZ's, de la siguiente manera: San Cristóbal, 76.353 (15%); Toberín, 53.337 (11%); Santa Bárbara, 49.731 (10%); Country Club, 24.395 (5%); La Uribe, 19.034 (4%); Paseo, 4.176 (1%); Rural Usaquén, 2.807 (1%).

Ilustración 66 Tendencia UPZ Usaquén



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), 2016.

En los últimos 10 años la población de la UPZ Usaquén se ha incrementado en un 11% aproximadamente, pasando de 39.833 habitantes en el año 2005 a 44.105 habitantes en 2015. La ZIT Usaquén se delimitó dentro de esta UPZ, por lo cual a continuación se muestra la distribución de la población en la misma, según la Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016:

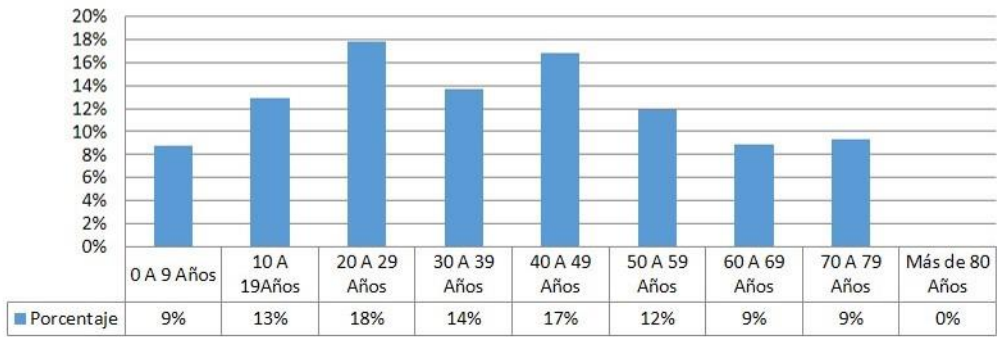
Ilustración 67 Densidad poblacional en la ZIT Usaquén, 2015



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

La mayor concentración de habitantes de la ZIT Usaquén se presenta en la zona de la carrera séptima hacia el oriente, así como en la zona de la calle 118 hacia el norte. Coincide con la mayor concentración de vivienda, bien sea casa o apartamento. Si bien en los últimos años se ha dado una fuerte transformación hacia uso comercial, el uso residencial aún sigue teniendo un peso significativo. Las zonas que se han transformado hacia uso comercial son aquellas que muestran baja densidad poblacional.

Ilustración 68 Distribución por edades de la población de la ZIT Usaquéen



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), 2016.

Los grupos poblacionales más significativos, son aquellos que se encuentran entre los 20 y 29 años de edad y representan el 18%; seguido por los que se ubican entre los 40 y 49 años, con el 17%; y entre 30 y 39 años, el 14%. Es decir que la mayor concentración de población se ubica entre los 20 y los 49 años de edad con un 49% del total. Las personas entre 10 y 19 años constituyen el 13% y entre 50 y 59 años el 12%. Por último, se ubican las personas entre los 0 y 9 años, 60 a 69 años y 70 a 79 años; las cuales representan el 9% cada uno respectivamente. Cabe resaltar, que en el área no se encuentran personas mayores de 80 años.

Ilustración 69 Tipos de vivienda en la ZIT Usaquéen



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), 2016.

En el área se evidencia que el 54% de las viviendas son casas, el 42% apartamentos y el 3% cuartos. A pesar del cambio tan abrupto de los últimos años en términos de uso residencial y comercial, sigue presentándose con un peso significativo la existencia de casas en la zona. Sin embargo, frente a años anteriores, se ha ido reemplazando este uso por el comercial y el surgimiento de mayor edificabilidad.

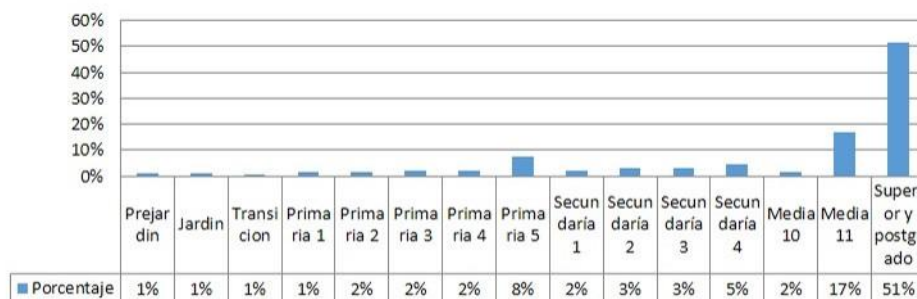
Ilustración 70 Actividad económica de la población de la ZIT Usaquéen



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Departamento Nacional de estadística, DANE, 2016).

En la ZIT Usaquéen, mientras el 47% de la población se encuentra trabajando, el 20% está estudiando, un 11% ya se ha jubilado, el 10% se dedica al hogar, un 3% está incapacitado, 2% buscó trabajo y había trabajado, el 1% buscó trabajo por primera vez y el 8% restante se dedica a otra actividad. La mayor concentración de personas, el 47% coincide con el rango etario, el cual se concentra entre los 20 y los 49 años, edad más productiva de la población en general. Como veremos más adelante, esta distribución coincide con las dinámicas sociales y de tiempo libre, pues son el mayor número de habitantes que buscan realizar actividades asociadas al salir a comer, a cine, etc.

Ilustración 71 Año de educación alcanzado de la población de la ZIT Usaquéen



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), 2016.

La población que reside en esta área, cuenta en su mayoría con educación superior y postgrado (51%); mientras que el 32% cuenta con educación media – secundaria, el 15% educación primaria y el 3% educación preescolar.

Los datos anteriores dan cuenta de una población de la localidad que se concentra entre los 20 y los 49 años, con niveles de formación en su mayoría, el 51% con educación superior, seguido de un 32% con educación media, de los cuales el 47% trabaja, mientras que un 20% adelanta estudios. Los datos demográficos muestran cómo se viene incrementando la población en la zona en los últimos años, si bien en la ZIT Usaquéen, viene cambiando el uso residencial por el comercial, con el surgimiento de las prácticas turísticas, las cuales han venido impactando significativamente la materialidad y los valores simbólicos del lugar, configurando nuevas expresiones contemporáneas en la zona, como veremos a continuación.

3.4 las expresiones contemporáneas del turismo en la ZIT Usaquéen

Desde inicios de los noventa el área circundante al nodo fundacional se empezó a consolidar como ZIT Usaquéen, dada la apertura en diciembre de 1989 del centro comercial Santa Bárbara en la hacienda de su mismo nombre y de la cual se conservan muchos de sus valores

arquitectónicos. Así mismo, se sumó a su consolidación, la apertura en junio de 1991 del mercado de San Pelayo como resultado de una convocatoria de la alcaldía local, que inicialmente se denominó: “Arte Usaquén”, con el propósito de fomentar la actividad turística y cultural: “La singular feria, llamada de San Pelayo por ser éste santo el abogado de los anticuarios, agrupa a artistas, anticuarios, artesanos y libreros. El deseo de la alcaldesa de Usaquén, es el de proporcionar a los bogotanos, domingo a domingo, objetos curiosos y amables, a precios razonables, en un lugar acogedor como es el parque del viejo pueblo, a donde se presentarán también orquestas y grupos folclóricos” (El Tiempo, 1990).

Todo ello generó un incremento en las visitas durante los fines de semana, hecho que ha sido objeto de disputas en varias ocasiones por el derecho al uso del espacio público por parte de sus habitantes, generando enfrentamientos con los artesanos y comerciantes que allí se ubican. Estas visitas dieron pie a la aparición de varios restaurantes de diversas categorías con una variada oferta de comida típica e internacional, constituyéndose en una de las principales zonas gastronómicas del norte de la ciudad. En los últimos años, la construcción de nuevos proyectos inmobiliarios, ha generado un impacto significativo en el costo del suelo, así como cambios y transformaciones profundas en las prácticas sociales de sus habitantes en relación con los turistas, generando nuevas dinámicas, prácticas sociales y tensiones.

Asociado a este fenómeno de revitalización y renovación urbana en la zona, aparece el turismo desde inicios de los noventa como una práctica social que genera conflictos y tensiones, resignificando los espacios de vida de sus habitantes, su tiempo de trabajo, su tiempo libre, sus lugares de encuentro, vivienda, entre otros. Por ello, retomando el abordaje teórico del primer capítulo relacionado con las expresiones contemporáneas de los lugares turísticos, la pregunta que ha surgido derivada de dicho análisis, es: cómo se están dando los cambios y transformaciones que vienen apareciendo en la ZIT Usaquén, y si en ella se evidencian esas expresiones contemporáneas, ligadas a las tendencias relacionadas con la

dialéctica de búsqueda y defensa de lo auténtico identitario versus la fantasía, la artificialidad y efimeralidad, así como mayores experiencias en menor tiempo; todo lo cual se expresa en una mayor tematización de los lugares, recogiendo en muchas ocasiones tendencias globales que se superponen y avasallan el sentido de lugar de sus habitantes.

Dado lo anterior se analizan los contenidos y prácticas asociadas a estas dinámicas en la ZIT Usaqué, las cuales se han clasificado en: El pasado nos llama: lugares de lo auténtico-identitario, el eterno retorno; Tiempos y movimientos de la ZIT Usaqué como lugar turístico contemporáneo; Presencias y ausencias: la tematización o recreación artificial de los lugares turísticos. Se presenta a continuación esta dialéctica, no sin antes aclarar que en la práctica y en muchos lugares del mundo, se da una mezcla vario pinta de las dos.

3.4.1 El pasado nos llama: lugares de lo auténtico-identitario, el eterno retorno.

Las dinámicas actuales en los lugares turísticos contemporáneos dan cuenta de una escenificación para el turismo y día a día se re-crean eventos, personajes, hechos ligados a los mismos, a través de tecnologías multimedia y artes visuales que faciliten su disfrute sensorial, promoviendo experiencias únicas para los visitantes. Los lugares se idealizan desde un sentido de búsqueda de aquello idílico, único y extraordinario.

En los lugares turísticos contemporáneos, las experiencias en algunos casos, buscan romper las reglas de vida de los habitantes, en donde es aceptado ir más allá de los parámetros establecidos, para que el turista experimente por fuera de lo permitido. Las regiones traseras de los espacios sociales del turismo se exponen a la vista de los curiosos, como un extra, como algo inusual, excepcional. Según (Maccannell, 2003), los espacios están íntimamente ligados a las actitudes turísticas, se conforman de regiones frontales y regiones traseras, concebidas como polos ideales de un continuo, preparadas para acomodar espectadores. Cada vez más en los lugares turísticos como la ZIT Usaqué, se pierden estas fronteras,

generando una mayor conquista de los turistas, de los espacios íntimos y de socialización de los habitantes. Se terminan desplazando a estos hacia nuevos espacios, por fuera de sus itinerarios usuales, o cambiando la temporalidad de su disfrute, por ejemplo, los locales usufructúan aquellos espacios entre semana, y los abandonan el fin de semana, para cederlos a los turistas.

En esta tendencia, aparecen valores ligados a la búsqueda de lo premoderno, a la satisfacción de fantasías del patrimonio y a una cultura del presentismo; en donde más que la nostalgia por el pasado, es una transferencia ambigua de estos lugares a los turistas, o lo que se ha denominado como el proceso de de – diferenciación (Hewison 1987, citado por (Urry & Larsen, 2011, pág. 140),

Esta insistencia se enfoca en crear objetos y lugares que o bien ya desaparecieron; o si existen aún, se quieren mantener estáticos a través de procesos de patrimonialización, en donde las prácticas turísticas, promueven su perpetuación en función de la mirada del turista, generando una relación dinámica/estática entre el lugar y el observador: El turismo y sus espacios se vuelven rígidos, petrificados y las imágenes cliché se reproducen y circulan viajando a cualquier lugar del planeta.

Los lugares turísticos emulan el sentido de lo monumental espacial buscando sobrevivir al tiempo, sin darse cuenta que con esa unicidad de lo estático - patrimonializado, se genera una mirada reduccionista de la historia: “pudo escribir de manera tan persuasiva sobre la significación de las ruinas. Estas eran, decía, lugares “donde el pasado con sus destinos y transformaciones se ha reunido en este instante de un presente estéticamente perceptible” Simmel, citado por (Harvey, 2008, pág. 301) Se da una recreación de la historia o como lo han denominado Urry y Larsen, el “Artefactual history” (2011, pág. 143). Este tipo de puestas en valor, surgen cada vez más en centros históricos, en donde los guías juegan a mantener y estatizar un discurso asociado a lo patrimonial, en el cual los turistas vean claramente

representados esos hitos del pasado. En la ZIT Usaqué, se evidencia un discurso de múltiples aristas, en el que lo histórico asociado a los monumentos del lugar, como la hacienda y la iglesia de Santa Bárbara de Usaqué (construidos en el siglo XVIII), así como algunas casas históricas se mantienen y defienden, pero solo como representaciones icónicas, que, sin embargo, han venido sufriendo fuertes transformaciones en su interior. Es decir, las fachadas escenifican la metáfora de la forma exterior que se debe conservar, si bien la funcionalidad de los lugares se ha cambiado radicalmente hacia adentro.

A esto se suma la administración del tiempo en la experiencia turística, superponiéndose diversas lógicas de vivir el lugar para diferentes grupos sociales. Por ejemplo, en la iglesia de la plaza central de la ZIT Usaqué, el uso turístico se establece a su interior con unos itinerarios, unas pautas de comportamiento distintos para el visitante y para el feligrés: “Los lugares consagrados a los cultos y a las asambleas políticas o religiosas no son más que por momentos, en general en fechas fijas, el objeto de tal consagración.” (Augé, 1993, pág. 64).

La crítica a estas forma de uso del lugar, es que si bien se crean desde un aparente recuperar el pasado, lo premoderno, un volver a las raíces, terminan igualmente por escenificarse, pareciendo portadores de valores; pero solo es un artificio frente a lo real de la vida local: “el hombre moderno está condenado a buscar en otro sitio, en todas partes, su autenticidad, a intentar captar un reflejo de esta simplicidad, la pobreza, la castidad o la pureza de otros” (Maccannell, 2003, pág. 56). Es así como los habitantes han venido demarcando pautas distintas de uso de sus lugares sagrados de encuentro, a aquellas de los turistas, creando en simultánea diversas formas de apropiación de sus espacios.

Maccannell plantea que la “autenticidad escenificada”, es una forma de desublimación represiva de la tradición, la cual; “Hace referencia a las múltiples reconstrucciones distintas de los objetos, pensamientos y comportamientos tradicionales que son rasgos evidentes de las comunidades contemporáneas: restauración de viejos edificios, coches, artesanía, etc.

Reconstrucciones nostálgicas de épocas anteriores en el vestir, las relaciones sociales y la búsqueda de raíces étnicas. Aunque el gesto que hay detrás de la autenticidad escenificada parece ser una valorización de la tradición, su efecto más profundo es el contrario. Cada caso de autenticidad escenificada nos transmite el mensaje de que la tradición no nos limita, sino que somos nosotros quienes la controlamos. Cuando el objeto tradicional reconstruido es objeto de fetichismo hasta el extremo de que se pretende que el representante de la tradición es mejor que el original....el resultado final es la hiperrealidad” (Maccannell, 2007, pág. 303) .

La tradición logra entonces su máxima expresión justamente en aquello que se denomina posmoderno y en los movimientos del arte. Refiriéndose a James George Frazer, el autor plantea que su descontextualización de la tradición “anuncia el alegre reciclaje y la recombinación fortuita de tradiciones que marcan tanto la práctica estética posmodernista como los itinerarios turísticos”. (Maccannell, 2007, pág. 304) Según el autor, el ethos posmoderno reinscribe lo tradicional en lo contemporáneo, mientras que lo moderno tiene la clara intencionalidad de oponerse a ello. En este sentido la autenticidad escenificada y la hiperrealidad, según el autor, son formas de transición, para desde lo posmoderno resignificar, rehacer el pasado, pero finalmente simplificándolo. Se logra así un efecto de aparente libertad individual y de fragmentos de cosas que “pudieron ser simbólicas en el pasado”. (Maccannell, 2007, pág. 305). Como veremos, en la ZIT Usaquéen aparecen estas mezclas entre lo auténtico identitario que se pretende defender por sus habitantes, a través de prácticas sociales o religiosas, las cuales entran en tensión con aquellas vinculadas con los procesos turísticos y comerciales que se vienen imponiendo en los últimos años.

Fragmentos del pasado en la ZIT Usaquéen

En la ZIT Usaquéen, surgen expresiones que buscan recrear aquellos valores asociados al lugar antropológico, buscando simbolizar a la comunidad residente y a sus valores identitarios,

desde lo prístino, lo auténtico, desde la representación del eterno retorno, el volver a las raíces, aquello que recuerde y encarne el imaginario de la añoranza de lugares de ensoñación. En estos lugares juega un papel central la patrimonialización y el reconocimiento de mitos fundacionales que se mantienen a través de las ficciones proyectadas por el turismo. Como lo afirma García Canclini el principio según el cual la noción de patrimonio como proclamó Unesco, obedecía a “obras culturales de valor extraordinario” (2010, pág. 43), dando prioridad a la monumentalidad de los lugares.

En esta perspectiva, el turismo tal vez más que ningún otro fenómeno social contemporáneo, se ha servido de estos procesos de puesta en valor, aspecto que ha sido institucionalizado a través de estas declaratorias de patrimonio de la humanidad. Si bien la ZIT Usaquéen no cuenta con estas declaratorias mundiales, los Bienes de Interés Cultural de nivel nacional presentes allí, fueron justamente los que constituyeron una estructura urbana armoniosa, que generó atracción para que las dinámicas turísticas fueran apareciendo, aprovechando este potencial. De hecho, el mercado de San Pelayo, se fue articulando a la cuadrícula urbana del legado colonial, que se había ido constituyendo a lo largo de los años.

Ilustración 72 Algunos negocios que aún subsisten - ZIT Usaquéen



Foto: Rozo, E. 2018. Trayectorias de los mercados de artesanías y objetos que actualmente existen en la zona, siguiendo la cuadrícula de la ZIT Usaquéen.

Asociado a las prácticas sociales de sus habitantes, en la ZIT Usaquéen del presente aparecen pequeñas partículas y cuadros de lo bucólico, del pasado, de la tradición de los barrios señoriales de la Bogotá de antaño, en donde aún surgen por recónditos espacios y callecitas perdidas de la zona, algunos negocios y casas que se siguen defendiendo por parte de sus

propietarios, frente al avasallamiento de las dinámicas inmobiliarias y comerciales de los últimos años: “Y es en estas tiendas pequeñas de mostrador y estantería de madera, donde se exhibían galletas, vinos, salchichones, quesos, mantecadas y polvorosas al lado de cervezas y la humilde chicha, que escondida bajo el mostrador, ojeaba con su aroma precolombino a los descendientes de los originales propietarios de estas tierras” (Reyes, 1998, pág. 3).

Ilustración 73 Algunos negocios que aún subsisten - ZIT Usaquén



Foto: Rozo, E. 2017. Algunos negocios que aún subsisten

En la zona aún se conservan partículas de un estilo de vida tradicional, en el que los negocios de barrio subsisten con las nuevas dinámicas. La vidriería, la panadería, las casas estrato 2 y 3 que se ubican en la calle 121 hacia el oriente, todo lo cual ha sobrevivido en el tiempo: “Lo interesante de este recorrido, y a diferencia de mi primer acercamiento a campo sola, es que pudimos con detenimiento pasar por lugares, que para una persona que sólo recorre una vez esta zona, no le son tan comunes a un sitio tan turístico en proceso de modernización. De esto dan cuenta los sitios que pudimos fotografiar tales como misceláneas, pollerías, y sitios de venta de productos artesanales (helados caseros) que denotan el proceso de migración de habitantes tradicionales” (Parra R. d., 2016).

Los referentes identitarios asociados al aura del pasado también se evidencian en la zona, a través de algunas prácticas comerciales asociadas a las dinámicas turísticas, en las que los visitantes de fin de semana y de temporadas como la navidad en el mes de diciembre, buscan experimentar ese imaginario de recuerdos de ensoñación.

Se ha construido históricamente un sentido de lugar asociado a la valoración de su patrimonio cultural e histórico y de algunas prácticas sociales ligadas a la cotidianidad de sus habitantes. De hecho el núcleo fundacional de la zona fue declarado Bien de Interés Cultural material inmueble: “Los Sectores de Interés Cultural, constituidos por: Sectores Antiguos: Corresponden al centro tradicional de la ciudad que incluye el centro histórico declarado Monumento Nacional, y a los núcleos fundacionales de los municipios anexados: Usaquén, Suba, Engativá, Fontibón, Bosa y Usme” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2000, pág. 33). En las dinámicas contemporáneas, los turistas quieren descubrir esta mezcla de pasado y presente, todo lo cual genera esa capacidad de atracción del lugar.

Se evidencian los vestigios de lo que fuera la hacienda de Santa Bárbara, construida en 1847, cuyo dueño fue don José María Sierra, gran empresario antioqueño mejor conocido como Pepe Sierra, propietario de varias de las casonas más ilustres de la sabana de Bogotá: Hato Grande, Casablanca ubicada entre Funza y Mosquera, Venecia antes llamada Balsillas, el Chicó y el Chicó Chiquito (Fernández G. , 1994). Murió en 1921 y le heredó a su hija Clara Sierra Cadavid. Posteriormente, el propietario fue Don Álvaro González Sierra quien la recibió y conservó hasta sus últimos días. Fue declarada Patrimonio Arquitectónico de Bogotá en 1985.

Ilustración 74 Hacienda Santa Bárbara, 1911



Fuente: tomado de <http://www.asisucedio.co/1911-hacienda-santa-barbara/>

Junio de 2017.

La construcción del centro comercial sobre lo que fuera la zona central de la hacienda, se inició en 1987 y finalizó en diciembre de 1989 cuando abrió sus puertas al público: “Está compuesta por dos cuerpos: el del norte, en un piso, y un patio empedrado donde funcionaron los servicios de la vivienda. El cuerpo principal de dos pisos ubicado en el costado sur cuenta en el centro de su fachada con un portal de piedra que enmarca la entrada acentuada por dos pares de ventanas enrejadas de antepecho bajo; en el nivel superior seis balcones de gran elaboración son protegidos por el amplio alero de la cubierta en teja de barro” (Instituto Distrital de Turismo de Bogotá, 2017).

Hoy en día el centro comercial es uno de los principales referentes para la visita a la zona, constituyéndose como punto de salida y llegada de los itinerarios que se hacen el fin de semana, especialmente los días domingo. Se conecta con la cra sexta, que se llena los domingos con vendedores ambulantes y desde allí se inician los recorridos peatonales hasta la plaza principal. En los últimos años, a lo largo de este itinerario, se evidencian los principales cambios en usabilidad para sus habitantes, pues ha sido reemplazado el uso residencial por el comercial y es en donde se presenta la mayor saturación de visitantes el fin de semana, así como los problemas asociados a tráfico, contaminación auditiva y visual, entre otros.

Ilustración 75 Algunas calles de la ZIT Usaquéen, en las que están irrumpiendo rápidamente las dinámicas inmobiliarias y turísticas

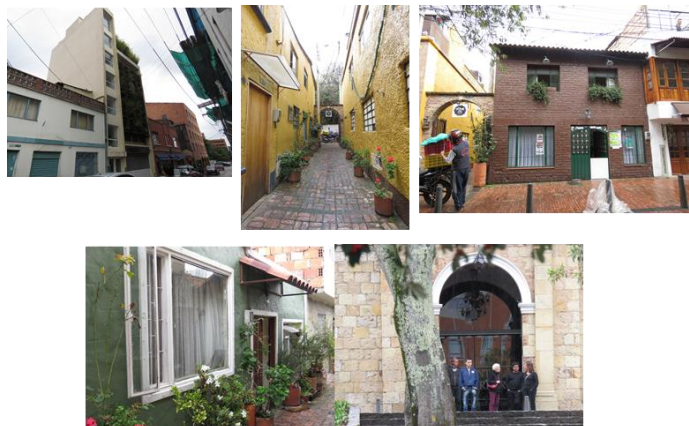


Foto: E. Rozo, abril de 2017

Otro hito histórico representativo del pasado es la iglesia de Santa Bárbara de Usaqué, la cual funciona como tal desde 1665. Fue construida de tapia pisada, adobe y teja de barro. Actualmente ocupa un lugar privilegiado en las dinámicas de sus habitantes, mezclando prácticas tradicionales vinculadas a ritos religiosos como matrimonios, bautizos y la procesión de semana santa, que aún perdura como marca de las prácticas que se defienden y conservan: “en su interior se destaca el retablo de madera tallado y dorado, así como diferentes cuadros, dentro de los que sobresalen la Crucifixión y la Anunciación de María que datan de mediados del Siglo XVIII, los oleos de la Natividad, la Adoración de Los Magos, Asunción de la virgen, de Arce y Ceballos, que se encuentran en la nave central” (Bautista, 2014, pág. 14). La semana santa se destaca como una práctica religiosa aún vigente en la zona, en la que los habitantes de filiación católica mantienen la tradición de la procesión y en la que los religiosos celebran con elementos sobrevivientes del periodo de la inquisición, como el uso del capirote o capuchón.

Ilustración 76 Semana Santa ZIT Usaqué



Foto: E. Rozo, abril de 2017

Los nazarenos con sus túnicas moradas, dirigiéndose a la estación correspondiente para esperar la procesión. Los habitantes salen el viernes santo a celebrar el rito de la pasión de

Cristo, aludiendo a las pautas tradicionales de la visita a las estaciones que se van ubicando a lo largo de las calles demarcando el itinerario alrededor del centro histórico.

Ilustración 77 Procesión Semana Santa - ZIT Usaqué



Foto: E. Rozo, abril de 2017

La procesión de peregrinos mantiene la tradición en medio de las calles ya transformadas, en las que edificios recientemente construidos se mezclan con viviendas y comercios de dos pisos. La llegada a la iglesia de Santa Bárbara se cierra con mucho fervor, en donde los cargadores van entrando los santos y se ubican en los lugares que les corresponde para preparar la misa de las 3 pm del viernes santo. Llama la atención que frente a estas prácticas religiosas tradicionales, es casi inexistente la presencia de turistas o curiosos, como si se demarcaran espacios sagrados y rutas completamente distintas para sus habitantes, a aquellas utilizadas por aquellos en el lugar. Se representa como una super posición de lugares: aquel de los habitantes que emerge en horarios distintos a los de aquellos que solo

le frecuentan el fin de semana. Lo curioso es que cuando estos últimos aparecen, se invisibilizan por completo las prácticas de los locales.

Ilustración 78 Peregrinos Semana Santa ZIT Usaquén



Foto: E. Rozo, abril de 2017

Sobreviven otros Bienes de Interés Cultural, como la casa de la Alcaldía que aún conserva su fachada, pero que al interior ha sufrido profundas transformaciones dadas sus nuevas funciones; el seminario Mayor Valmaría, el cual fue adquirido en 1941 por el Padre Andrés Basset de la congregación Eudista, lote que era del hacendado Pepe Sierra. Se construyó la primera etapa entre 1942 y 1945. La segunda etapa se terminó entre 1954 y 1955 (El Tiempo, 2008). El centro de estudios pastorales contiguo a la iglesia, el cual hace parte de la Arquidiócesis de Bogotá; y el colegio General Santander, que se abrió desde los años 30 del siglo XX, pero que desde el año 2008 cerró debido a un temblor que afectó la estructura. Actualmente amenaza ruina debido a una disputa entre el Distrito y una comunidad religiosa: “El predio pertenece a la comunidad de las madres Bethlemitas del Sagrado Corazón; sin embargo, desde hace más de treinta años el colegio fue administrado y mantenido por la Secretaría Distrital de Educación (SDE)” (El Tiempo, 2015); lo que ha generado que no se haya podido hacer la intervención para su preservación.

Ilustración 79 Usaquéen: antigua escuela en 1926 y estructura actual en proceso de deterioro, 1998



Tomado de: <http://www.colarte.com/colarte/foto.asp?idfoto=276848> Periódico El Tiempo, 1998. Foto: Archivo El Tiempo y <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15778221>

Los referentes históricos del lugar se han venido perdiendo, dando paso a nuevas construcciones y en las que el uso comercial se impone sobre los usos educativos, religiosos, públicos y residenciales. Los pocos equipamientos públicos que prestan estos servicios se han venido invisibilizando dando paso a nuevas prácticas asociadas a los visitantes temporales, más que a los habitantes.

A continuación, se muestra el mapa de los Bienes de Interés Cultural de la ZIT Usaquéen, que aún sobreviven en la zona, pero que poco a poco algunos de ellos, se han ido perdiendo dado el impacto de las nuevas construcciones.

Ilustración 80 Bienes de Interés Cultural, ZIT Usaquéen, 2015



En rojo se destacan los BIC que coinciden con las trayectorias que los turistas hacen los fines de semana. Estos hitos históricos y culturales juegan como los marcadores turísticos del lugar, articulando la mirada y los diversos circuitos que allí se hacen, especialmente el día domingo y el 7 de diciembre, fecha en la que se visita masivamente la zona, pero como veremos más adelante, en el capítulo en el que se analiza la corporalidad del lugar, se han venido perdiendo los BIC's, dando paso a un mayor uso comercial e inmobiliario, el cual viene impactando fuertemente las dinámicas de sus habitantes.

3.4.2 Tiempos y movimientos de la ZIT Usaquéen como lugar turístico contemporáneo.

La ZIT Usaquéen recrea perfectamente la mixtura de todos los lugares en uno solo, mezclando pasado con presente, lo premoderno y lo moderno; fragmentos de elementos contemporáneos en el marco de la plaza colonial custodiada por la iglesia de Santa Bárbara y la casa colonial en donde funciona la alcaldía local. El lugar se cambia de vestuario según la época.

Las fiestas decembrinas

Los orígenes de la celebración de la navidad en la zona, coinciden con la aparición del mercado: “Así comenzó el programa de las novenas en vivo: los 86 toldos de San Pelayo, la feria artesanal, el festival de comida típica navideña, conciertos, coros, grupos de recreadores, juegos pirotécnicos y aguinaldos para los barrios marginales de la zona uno... Durante los días de la Novena, también se programó un Festival de Comidas Navideñas. El objetivo de la alcaldesa y Artesanías de Colombia es que la gente vuelva a recuperar las tradiciones familiares que se perdieron con el tiempo” (Muñoz, 1990). Esta actividad fue promovida por la alcaldesa local de ese periodo de gobierno, como una forma de apoyar a

familias de bajos recursos económicos que sufrieron la pérdida de sus casas, a causa de los deslizamientos que se presentaron en las canteras de Usaquén. Desde ese entonces, la visita a la zona es ya una tradición en Bogotá y es parte obligada de las rutas navideñas que promueve la Alcaldía Mayor.

En la fiesta decembrina se mezclan hitos globales de fácil recordación, como las imágenes con personajes de los super héroes y sobre saturación de luces de colores, las estatuas vivientes disfrazadas de Papá Noel, el mercado de baratijas, los puestos ambulantes de comida, los perros bailarines, los shows de tango, de música colombiana, entre otros, exacerbando los imaginarios de los visitantes que se confunden con la multitud, llevándose la carga de una plaza latino americana en la que se venden productos chinos, ecuatorianos, colombianos, entre otros, con exhibiciones efímeras de diversa índole.

Ilustración 81 Fiestas decembrinas



Foto: Rozo E. 7 de diciembre de 2015.

La ZIT Usaquén en diciembre es nocturna. Los itinerarios se inician sobre las 6 pm y acostumbran visitar la zona, familias de Bogotá y visitantes que se desplazan desde el centro comercial Santa Bárbara, tomando la carrera sexta, conectan con la plaza principal, degustando algunos alimentos y comprando baratijas. En la medida en que va transcurriendo

la noche se va saturando el espacio público y las vías se congestionan con carros en los que las personas buscan llegar al parque principal. Usualmente el lugar es visitado hasta más de la media noche.

Ilustración 82 Fiestas decembrinas



Foto: Rozo E. 7 de diciembre de 2016.

Entre semana

En la vida cotidiana, aparecen pautas muy marcadas en las prácticas sociales de uso del lugar. Entre semana los habitantes pueden recorrer la zona sin mayores obstáculos de vendedores ambulantes; algunos trabajadores de los edificios de oficinas recorren al medio día el lugar en busca de algún restaurante y los únicos sitios que suelen tener algo de movimiento, son la alcaldía, el centro comercial y la iglesia en las horas de los oficios religiosos. Los espacios vacíos son usuales en el día, contraste significativo frente a las dinámicas del fin de semana.

Ilustración 83 Espacio público en el día - ZIT Usaquéen



Foto: Rozo E. varias semanas de 2017.

Ilustración 84 Visitantes ZIT Usaquéen



Foto: E. Rozo, abril de 2017

Es usual ver entremezcladas algunas prácticas tradicionales con las dinámicas turísticas, en las que las primeras se convierten en un atractivo ligado a lo popular, que solo sirve para darle más colorido a la visita, cayendo en muchos casos en una folclorización del pasado.

El fin de semana

El día sábado es normalmente tranquilo, poco transitado y los habitantes aprovechan para salir a tomar un café, dar un paseo por la plaza, caminar por la zona. La plaza central está más bien vacía y los lugares más abarrotados son los restaurantes ubicados entre las calles 118 y 119, en donde la gente hace fila para entrar. El sábado se percibe como el día de sus habitantes y el espacio público es utilizado mayoritariamente por ellos, si bien después de

las 5 de la tarde se transforma en una zona de bares y gastronómica, que da paso a turistas y visitantes que solo van a disfrutar de la vida nocturna.

Ilustración 85 Espacio público varios sábados - ZIT Usaquéen



Foto: Rozo E. varios sábados 2017

El domingo

Es el más congestionado, pues los visitantes suelen aprovechar los diversos mercados que se abren solo para ese día. Los itinerarios turísticos inician en la Calle 116 con Carrera 7 (Centro Empresarial Santa Bárbara), punto de referencia más importante de la ZIT Usaquéen. El desplazamiento se dirige hacia el norte por la Carrera 6ª, en donde se ubica a lo largo de dos cuadras el primer mercado, el de las Pulgas; hasta la Plaza Fundacional de Usaquéen; allí se suele continuar hacia el norte por la misma cra. 6 hasta la calle 121 recorriendo el mercado artesanal: Los toldos de San Pelayo, hasta llegar a la zona de restaurantes que empiezan a aparecer entre mezclados con el mercado. “...Por ejemplo, al ir caminando por todo el mercado, escuché a personas hablando en inglés, francés, o con acentos mexicanos, argentinos, etc., gran variedad de personas caminando, con diferentes orígenes, caminando, observando, preguntando y comprando en el mercado. Este espacio permite un relacionamiento diferente al que ofrecen otras zonas de la ciudad, ya que, por ser una zona segura y tranquila, los visitantes se permiten disfrutar por aquellas razones que decidieron visitar el mercado, caminar despacio, ir hablando, tomar fotos, comprar objetos, o entrando

a algún lugar para comer algo, ya que, en un punto de este mercado, los restaurantes con variadas ofertas gastronómicas aparecen. Generalmente las personas que fenotípicamente se vean como “extranjerías” suelen ser más llamativas para las personas que venden algún producto en el mercado; por lo que el resto de personas (así tampoco sean locales) simplemente pasan un poco más desapercibidas. Los turistas, suelen llamar la atención, además por el hecho de querer sacarse fotos en lugares que para ellos representan esta zona, y piden el favor a cualquier otro transeúnte para ello (Parra N. , sábado 13 de agosto de 2015).

Ilustración 86 Espacio público varios domingos ZIT Usaquén



Fotos: Roza E. Domingo 2016

En las fotos se puede evidenciar la mezcla de hitos globales de fácil recordación: el sombrero mexicano, las imágenes de las tanguerías argentinas, las estatuas vivientes, las piedras semi preciosas africanas, entre otras. La venta callejera, da cuenta de una variedad de objetos, baratijas, artesanías, objetos de diseño, de muchos orígenes, calidades, formas y colores, que no están asociados al carácter del lugar. Al contrario, dialogan con cualquier mercado de cualquier lugar del mundo, evidenciando los procesos de globalización de este tipo de prácticas en las que, por ejemplo, la artesanía del África, se mezcla con la latino americana; perdiendo su referencia al origen y a quienes la producen, convirtiéndose en objetos desterritorializados.

En la ZIT Usaquéen es evidente que aún perviven esas partículas de la vida tradicional asociada a un pasado que se añora y a prácticas que aún defienden sus habitantes, pero en la que simultáneamente se expresan nuevas dinámicas asociadas al aprovechamiento del tiempo libre de fin de semana por parte de visitantes, generando tensiones entre unos y otros. Se complementa este análisis de la perspectiva de lo auténtico identitario con las expresiones de La ZIT Usaquéen como lugar turístico contemporáneo desde nuevos artificios que aparecen especialmente el día domingo, la tematización y recreación artificial, a partir de experiencias efímeras de sus visitantes.

3.4.3 Presencias y ausencias: La tematización o recreación artificial de la ZIT Usaquéen

En los últimos años, se ha dado una tendencia a tematizar los espacios para el turismo, demarcándolos y delimitándolos para el viajero: “todo mediante una nueva selección artificial, reactivada por saberes de la ciencia y la tecnología que contribuyen a la desterritorialización” (Silva A. , 2007, pág. 39). Este proceso se ha evidenciado en fenómenos de implosión territorial generando barreras reales y/o simbólicas entre el lugar turístico y el otro lugar, el de sus habitantes: “el desarrollo actual de la estructura social viene marcado por la aparición de espacios turísticos...este espacio puede ser denominado “escenario turístico” o sencillamente escenario, según la medida en que se elabore la exhibición para el turista”. (Maccannell, 2003, pág. 133). Justamente en la ZIT Usaquéen se empieza a evidenciar un lugar turístico que se viene imponiendo a aquel de sus habitantes y que, mezclado con hitos globales, no representa valores asociados a ellos. El autor describe el efecto “disneyficación” a través de la creación de algunas atracciones turísticas que emulan el pasado o el presente, los hitos históricos, sociales y culturales, tradicionales o contemporáneos, re-creando lugares desde la mistificación, la escenificación o la ficción cuyo resultado es que lo que resulta atractivo es aquello que niega la autenticidad y que se valora desde los artificios, identificándolos como “pseudo atracciones” (2003, pág. 20). Estas encarnaciones se convierten en las expresiones materiales que buscan los turistas.

En la ZIT Usaquén se aplicaría el concepto de representación, a partir de las diversas maneras como se vienen incorporando este tipo de pseudo atracciones en apuestas estéticas que proponen una particular manera de captar la atención de los turistas, creando diversos y variados sitios que mezclan múltiples referentes universales, a través de la “disposición de los objetos en la reconstrucción de una situación total” (Maccannell, 2003, pág. 105). El autor plantea una diferenciación entre representación, la cual requiere de una identificación, y la colección, que requiere de una apuesta estética. Según él, los lugares turísticos devienen de una estructura físico espacial y social particular que determina lo que se representa para el visitante en contraposición con los lugares de los habitantes: el simbolismo turístico no implica la simple segregación de un aparte para representar al conjunto. En la práctica varias atracciones terminan por suplantar completamente la función inicial del objeto, tipo las artesanías cuando se resignifica su uso para el turismo, transformándose en souvenir. Esta sobre producción de objetos que representan múltiples identidades difusas en un solo lugar, se evidencia con mayor fuerza en la contemporaneidad y la ZIT Usaquén encarna estas apuestas. Actualmente hay una mezcla de objetos que se venden a los turistas y que escenifican muchos lugares en un solo lugar. Además, muchos de estos objetos son copias que sólo guardan cierta referencia al lugar de origen, pero que como souvenir se pueden encontrar en cualquier lugar del mundo y solo buscan atraer la atención de los compradores.

En la ZIT Usaquén se evidencia un proceso de estandarización y copia de las prácticas económicas y sociales que se están dando en otros destinos turísticos los cuales buscan la reputación internacional, creando de manera artificial decorados para sí mismos y para la mirada del otro, en los que el concepto de simulacro aplica a esta excesiva homogeneización: “por simulacro se entiende un grado de imitación tan perfecto que se vuelve casi imposible detectar la diferencia entre el original y la copia” (Harvey, 2008, pág. 320), asimilable totalmente a la transformación de los lugares en instalaciones artísticas para el extraño. Como veremos más adelante, allí se simula lo antiguo, lo aparentemente auténtico y con

posible referencia al pasado, a partir de la tematización del espacio: “la invisibilidad es el resultado de un proceso complejo en el que confluyen la movilidad, la volatilidad, las fusiones, la multiplicación de realidades inéditas, la desaparición de bloques explicativos, las alianzas insólitas y la confluencia de intereses de difícil comprensión” (Nogué & Romero, 2006, pág. 38).

Según Urry y Larsen, la tematización desde la perspectiva de la economía de la experiencia, representa a una comunidad de consumidores. Puede ser de un tema general para integrar y generar un sentido holístico del lugar: “Es un proceso de significación donde cierto tipo de representaciones geográficas y significados que son selectivamente inventadas, re elaboradas, o prestadas en el diseño material y simbólico del placer auto contenido o los espacios turísticos” (Hollinshead, 2009, citado por (Urry & Larsen, 2011, pág. 125). Según los autores, la tematización privilegia el sentido de la vista través de la creación de experiencias que resalten la espectacularización, lo predecible y con alto contenido simbólico para quien lo disfruta. Por tanto sigue dándose una prevalencia del sentido de la vista sobre los otros sentidos, usando íconos de lugares turísticos de cualquier parte y de cualquier tiempo: “representa una mezcla paradójica de presencia y ausencia, de aquí y allá” (Urry & Larsen, 2011, pág. 125. Trad. propia.). Esta explosión de signos globales se va a concretar en la ZIT Usaqué, en la búsqueda de reconocimiento internacional, para lo cual re crean hitos de fácil recordación, como restaurantes con referentes de marcas muy reputadas.

El surgimiento de los centros comerciales en las zonas de interés turístico como Usaqué, representan la de – diferenciación que plantean los autores: “es un nuevo sentido colectivo de lugar basado en el trascender barreras de distancia y de lugar... ofrecen entornos escenificados y experiencias temáticas más que cosas” (Urry & Larsen, 2011, pág. 129). La repetición incesante e infinita de íconos posicionados mundialmente se da en muchas partes del mundo: Venecia, Chinatown, Tah Mahal, etc. También ofrecen contexto e identidad, diferencia y heterogeneidad de paisajes (Ibelings, 1998, citado por (Urry & Larsen, 2011, pág.

130), en donde según ellos, no se respeta la semiótica local y más bien se impone un estilo global. Estas expresiones, son las que se repiten en diversas ciudades, como veremos en el caso de la ZIT Usaqué. Múltiples casos ilustran la sobrevaloración de la reproducción, la escenificación ficticia de eventos que se espera encontrar en estos lugares y que encarnan los imaginarios del viajero: “Los lugares descritos de cierta forma, en particular tienen capacidad para atraer turistas, pueden comenzar a adornarse siguiendo las imágenes de la fantasía” (Harvey, 2008, pág. 333).

Según Urry, actualmente se ha generado un profundo deseo de los turistas de Oriente por conocer aquellos lugares de Occidente que parecen definir la cultura global. Sugiere la tematización en Asia (Universal estudios y Disney en Japón). Los circuitos globales afectan y crean según el autor una economía de signos que se esparce a aquellos lugares de consumo turístico, produciendo imágenes de los sitios turísticos, creando marcas y logo símbolos internacionales, que terminan por proponer un estilo de vida.(Lash and Urry, 1994, citado por (Urry & Larsen, 2011, pág. 28)). Esta capacidad de procesos interconectados de infraestructuras, flujos de imágenes y personas y la emergencia de prácticas de reflexividad del turista, las conceptualiza el autor como híbridos globales que tienen simultáneamente la capacidad de reproducirse entre ellos, a través del internet o el sistema financiero internacional, expandiéndose y remodelándose. Es así como la ZIT Usaqué reproduce estos esquemas de representación de lo global, con la aparición en los últimos años de restaurantes, tiendas de marca, mercados en los que la alusión a lo temático se está convirtiendo en el eje material del lugar.

En los lugares turísticos contemporáneos como Usaqué, se da un proceso permanente de construcción y deconstrucción imaginaria en la que se potencian valores asociados a lo bello y a otras formas estéticas, ligadas a lo residual o marginal del lugar. La experiencia efímera y presentista se exagera, generando una dialéctica permanente de cambio o tensión con los sujetos que allí habitan. El “todo vale” aparece en nuevas formas de ocio, como el “dark

tourism”, en donde las rutas o paquetes del viaje demarcan itinerarios ligados a la transgresión, al morbo, a lo grotesco, exacerbando la emocionalidad de los turistas y sus deseos más oscuros. Por ejemplo, las visitas que se organizan en las grandes ciudades, para conocer a los pobres, los invisibles o los excluidos; profundizar en las cicatrices sociales de la guerra; tener contacto con pandillas de jóvenes en favelas o zonas marginales; querer reconstruir las memorias de dolor de las personas afectadas por eventos naturales o políticos trágicos, etc. Este tipo de turismo aún no se evidencia en la ZIT Usaqué, pero si en algunas prácticas y paquetes turísticos que ya empiezan a surgir en Bogotá.

La ZIT Usaqué representa múltiples micro relatos en un solo lugar, en donde el exotismo, lo extraño y la teatralización se hacen presentes permanentemente. Especialmente los días domingos cuando más se visita la zona por parte de turistas y visitantes, se evidencia una mezcla de hitos globales asociados a imágenes estandarizadas, desterritorializadas y de fácil recordación. Aparece la tematización de clichés en un solo sitio, en donde se mezclan el sabor de México con los bares irlandeses; los aromas de la comida colombiana, con la venta de mazorcas, arepas y otros productos, en puestos ambulantes ubicados en las esquinas del parque principal, con restaurantes de comida fusión de Perú, España, Italia, etc., generando una implosión de formas y colores, una síntesis de imaginarios de diversos lugares del mundo, que se pueden vivenciar en un lugar y en una sola tarde.

Ilustración 87 Muestras de fachadas de copias idealizadas de lugares icónicos mundiales



Fotos: Rozo E. 2015 - 2018

En la ZIT Usaquén se evidencia la fascinación por las copias idealizadas de lugares icónicos mundiales, que son reproducidos porque generan atracción al turista, satisfacen sus fantasías asociadas a un mundo ideal occidental, emergiendo fuera de sus contextos originales. En las fotos podemos observar cómo van surgiendo sitios que buscan representar el mundo oriental, escenificando en su decoración aspectos vinculados a lo idílico de la India, a través de los objetos, la experiencia gastronómica, los olores, etc. El pub inglés, los restaurantes mexicanos, la comida asiática, etc. Todo en un mismo lugar, en el que lo global se impone sobre lo local.

Todas estas dinámicas con alto contenido simbólico y representacional de los centros urbanos, se expresa en los cambios significativos en usos del suelo en los últimos años, en donde el turismo se superpone como estrategia de valoración vinculada a los servicios especializados globales, generando significativos impactos y cambios abruptos en la estructura urbana, en su materialidad, como veremos en la ZIT Usaquén, conllevando además cambios en las prácticas sociales de sus habitantes, quienes vienen cediendo espacio a las nuevas lógicas de las prácticas de los turistas.

Capítulo cuatro: La ZIT Usaquéñ Corpórea: cambios abruptos en poco tiempo

*“Así he elegido yo la fenomenología
con la esperanza de volver a examinar con una mirada nueva
las imágenes fielmente amadas, tan sólidamente fijadas en mi memoria
que ya no sé si las recuerdo o las imagino
cuando las vuelvo a encontrar en mis sueños”*
(Bachelard, 2013)

4.1 Presentación

Es indudable que la ZIT Usaquéñ ha sufrido cambios abruptos en su estructura físico espacial, en su forma y funcionalidad, como consecuencia de las diversas interacciones entre los turistas con el lugar. Esto ha generado procesos de impacto significativo para los habitantes, en los usos tradicionales y en las diversas formas de aprovechamiento del espacio público, derivando en nuevas lógicas e itinerarios y rutas que son demarcadas por la llegada masiva de personas, durante los fines de semana. Esto ha traído consigo un cambio profundo en la materialidad o corporalidad del lugar, pues se vienen generando nuevos usos comerciales que han venido desplazando el uso residencial, con todo lo que ello implica en transformaciones abruptas en sus prácticas sociales.

Para comprender estos procesos, a continuación, se presentan los datos de cambios y distribución en usos del suelo reportados por la Unidad Especial de Catastro Distrital, del área delimitada como ZIT Usaquéñ, en una línea del tiempo del 2000 hasta el 2015, periodo que se considera ha sido el de mayor impacto en la materialidad del lugar, dadas las nuevas dinámicas turísticas y comerciales, generando nuevas estructuras morfológicas y funcionalidades, que van transformando a los sujetos que allí habitan y a estos en su relación con el lugar.

4.2 La corporalidad del lugar

La ZIT Usaquéen, viene transformándose significativamente en los últimos años, por las nuevas prácticas turísticas que se desarrollan en la misma, motivadas por un interés de diversos grupos que llegan a Bogotá, buscando nuevas expresiones del turismo ligadas a lo contemporáneo, como se detallaba en el capítulo anterior. Urry y Larsen, hacen énfasis en la diferencia entre lo ordinario y lo extraordinario de la experiencia, buscando placeres inmediatos, pero dichos placeres son cada vez más difíciles de encontrar. Los autores, apoyándose en el concepto del post turista propuesto por Feifer (1985, citado por (Urry & Larsen, 2011, pág. 113), consideran que las personas pueden viajar corporal o imaginativamente. Para ello, plantean tres características de este sujeto contemporáneo: La primera, es que el turista no necesita dejar su casa para ver los objetos típicos, los lugares pueden ser vistos a través de los medios de comunicación, internet, etc. Según ellos, la experiencia turística se compone de escenas definidas a través de un marco como la ventana de un hotel, desde el bus turístico, etc. Argumentan que en este contexto la mirada turística está perdida en tales miradas y son parte de una cultura popular posmoderna. Por lo tanto, sería el fin del turismo, dado que las personas pueden tener movilidad real o ficticia a través del consumo de múltiples imágenes y signos: sería el viaje virtual.

Los autores plantean que estas formas de post turismo no necesariamente sustituyen el deseo de disfrutar de los lugar directa y corporalmente: “hay complejas intersecciones entre estos modos diferentes entre el viaje virtual, imaginativo y corporal que son crecientemente de - diferenciados el uno del otro...Realmente lo virtual no es una forma de turismo, es una preparación o una revisión de opciones, de posibles viajes” (Urry & Larsen, 2011, pág. 115) Efectivamente, los medios masivos de comunicación han promovido aún más la movilidad física y un viaje virtual mediatizado por las imágenes de internet, puede ser comparable al consumo de imágenes a través de guías de viajeros del siglo XVII Y XVIII. Nunca se puede reemplazar una experiencia turística directa en el destino turístico, en donde se incorporan

todos los sentidos. Hay una corporalidad implicada, versus una ojeada a imágenes de los medios, así sean en 4D.

La segunda característica del post turista según los autores, es que es capaz de cambiar y disfrutar de múltiples opciones, sin restricciones ni trabas para buscar el placer (con todo lo que ello implique en términos éticos). La tercera característica es que los turistas saben que son turistas, son conscientes de ello, y que el turismo es una serie de juegos con múltiples textos y no sólo la búsqueda de una experiencia auténtica. Es un juego de diversos roles que se asumen durante el viaje y que hacen mucho más complejas las prácticas turísticas tanto de los habitantes como de los visitantes: “Lugar y cultura no están exclusivamente atados al lugar físico, sino a desarrollos ficcionales y virtuales” (Urry & Larsen, 2011, pág. 118. Trad. propia.). Esto es justamente lo que se está generando en la ZIT Usaqué, en donde el lugar se llena permanentemente de imágenes ficcionales asociadas a la efimeralidad de la experiencia y a la recreación de hitos globales. Este deseo de los turistas por visitar la zona ha generado cambios abruptos en la corporalidad del lugar, expresada en un desplazamiento del uso residencial hacia un uso comercial volátil, cambiante de manera permanente, en donde los precios del suelo se han visto significativamente afectados y en donde día a día se van vaciando los lugares tradicionales de encuentro, reemplazados por dinámicas comerciales que se establecen para responder a las necesidades de los turistas como consumidores de experiencias en esta zona.

Por ello, la corporalidad representa también la encarnación de imaginarios asociados a las formas de apropiación de lugar y que se materializan en los diversos cambios que se han dado en tan corto tiempo, entre el 2000 y el 2015 en la ZIT Usaqué y que acá se analizan desde la perspectiva de la nueva distribución en usos del suelo. Ello, denota entre otros, la pérdida de algunos valores patrimoniales materiales, así como el incremento en precios y transformaciones del uso residencial hacia el comercial y de servicios. Además, afecta las diversas maneras como sus habitantes perciben su lugar de vida, como veremos más adelante en la descripción de sus imaginarios. Es decir, la transformación espacial también

da cuenta de las dinámicas producto de la interacción entre turistas y habitantes y por tanto de su construcción imaginaria frente a su cotidianidad y cómo está se va transformando a su vez con el cambio material. El espacio refleja de manera dinámica esas prácticas sociales y va integrando, en este caso, a partir de las prácticas turísticas, nuevas formas de habitar el lugar. Esas prácticas no son aisladas de dinámicas económicas – especialmente inmobiliarias –, y van afectando la dimensión cultural, social y simbólica de los sujetos que allí habitan.

Por ello, para profundizar en la corporalidad de la ZIT Usaqué, se presenta el análisis de usos del suelo, como expresión material de las diversas formas de habitar el lugar para sus habitantes, pero también como expresión de las diversas formas como los turistas e inversionistas vienen apropiándose del mismo. Para ello, se presentan los datos georeferenciados en una escala 1:5000, a través de los cuales se construye una línea de tiempo, entre el 2000 y el 2015, en la que se intenta comprender los fenómenos vinculados a los cambios en la distribución, tipología y precios, entre otras variables:

Ilustración 88 Variables corporalidad del lugar



Fuente: Elaboración propia

Esto, teniendo en cuenta que, como veíamos en el capítulo anterior, la ZIT se caracterizó históricamente por ser una pequeña área habitada inicialmente por grupos indígenas, para posteriormente consolidarse como centro poblado cuya principal dinámica estaba vinculada

al uso residencial de sus habitantes, en donde la estructura en cuadrícula, legado del periodo colonial, respondió a las prácticas sociales, económicas, religiosas y culturales de estos, y que, poco a poco, se fue integrando a la capital, para convertirse finalmente en un barrio de la misma.

Cambios en la distribución del uso del suelo

Se han recogido las tipologías de usos establecidas por la Ley Orgánica de Desarrollo Territorial de Colombia (Congreso de Colombia, 1997), las cuales se clasifican en: uso residencial; uso comercial; uso dotacional, uso de conservación; y otros usos. Se presentan los cambios significativos derivados de las prácticas turísticas, tomando periodos de cambio de entre 3 y 4 años aproximadamente, en la línea de tiempo analizada. Esta variable da cuenta de las formas materiales de habitar el lugar, cómo se van generando los procesos de desplazamiento de la población que habitaba la zona, cediendo a nuevos actores, en este caso comerciales, que empiezan a transformar de manera significativa esas formas tradicionales de ocupación, con la llegada de mega proyectos inmobiliarios que evidencian los rápidos cambios que se están dando.

Ilustración 89 Nuevos proyectos inmobiliarios

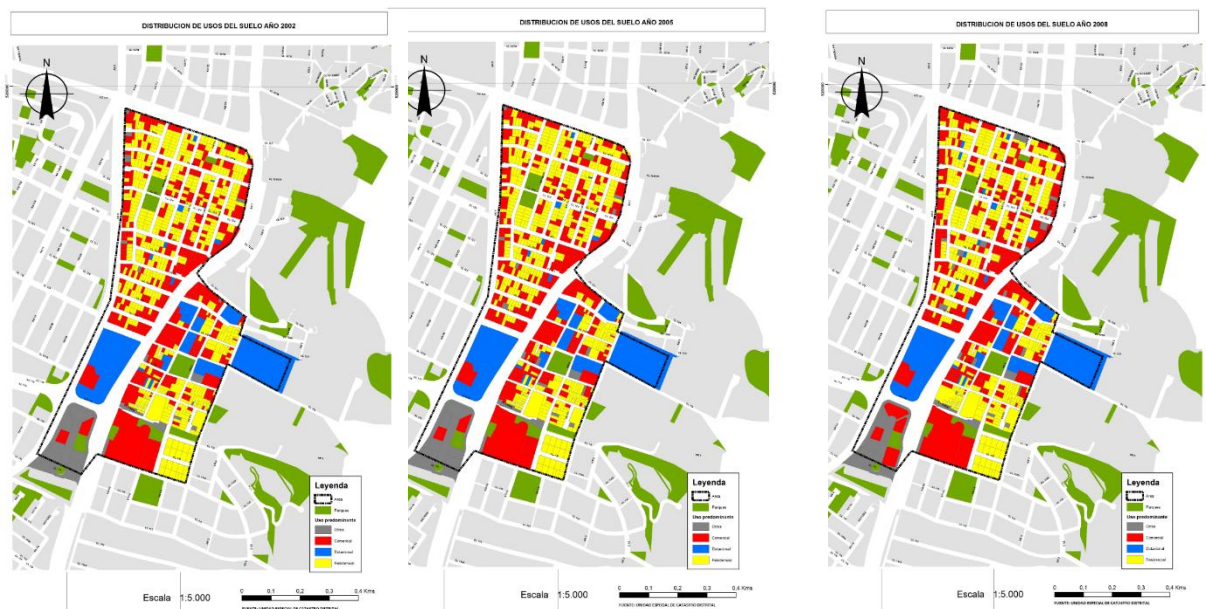


Fuente: Rozo E. 2015 – 2018

El edificio con cobertura vegetal vertical se encuentra implantado en la mitad de una calle que aún conserva casas de dos pisos en las que habitan sus propietarios, enfrentados a estas nuevas construcciones que promueven un uso residencial con pequeños apartamentos, de no más de 50 metros cuadrados para los grupos demográficos emergentes entre 20 y 50 años, que buscan vivienda para una sola persona, cambiando también las formas de habitar el lugar. Las estructuras de metal de las edificaciones que se presentan en las fotografías, están ubicadas en la cra 7 con calle 121, que, si bien están localizadas en una avenida de alto tráfico, están cambiando significativamente la estructura arquitectónica de la zona. Los carteles que cubren la construcción en proceso, intentan “vender” el proyecto a través de las imágenes bucólicas de la ZIT Usaqué, promoviendo la calle de la iglesia principal, combinándola con prácticas comerciales más contemporáneas.

A continuación, se presentan los cambios en usos del suelo que se han dado en los periodos indicados:

Ilustración 90 Cambios usos del suelo, 2001-2015





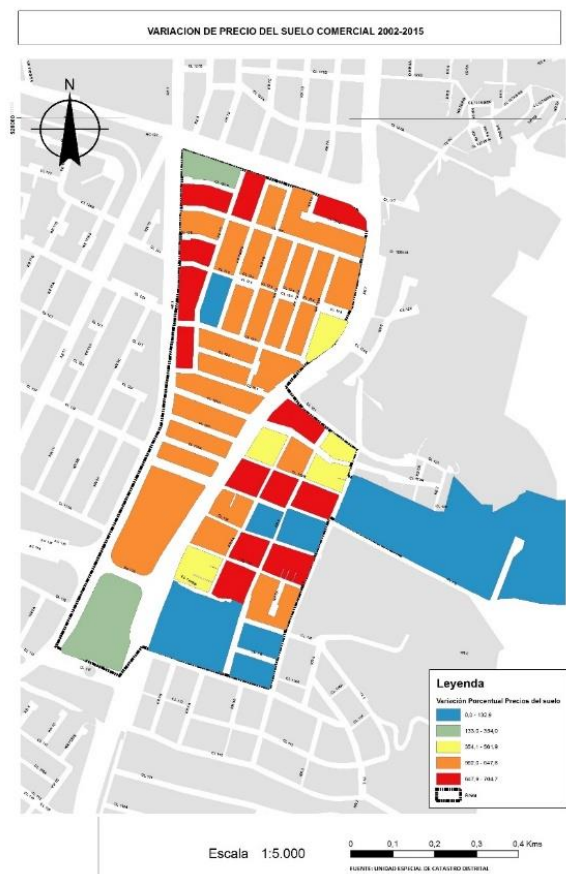
Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

Como se evidencia en los mapas del 2002, 2005, 2008, 2011 y 2015, el uso residencial (en amarillo), Ha venido desapareciendo y en su lugar, el uso comercial (en rojo) ha venido ocupando su lugar. El uso dotacional en términos generales se conserva, representado por algunas piezas como la zona que ocupa la alcaldía, la iglesia, el cementerio y el monasterio, algunos de ellas con declaratoria como Bienes de Interés Cultural. Sin embargo, el antiguo colegio Santander presenta amenaza de ruina, pues por cuenta de un litigio, no se ha vuelto a ocupar, poniendo en riesgo esta importante pieza del patrimonio cultural. Las zonas que se transformaron a grises – otros usos – a la altura de la carrera 7 entre las calles 121 y 124, hoy en día, según visita de campo, ya se ocuparon con grandes edificios con alturas de más de cinco pisos, desapareciendo casas tradicionales que allí se ubicaban. La zona entre la cra 9 y la cra 7, entre calles 116 y calles 127, son las que han sufrido el mayor proceso de transformación, debido a la presencia de servicios hospitalarios, la clínica Santa fe, y alrededor de ella, han surgido actividades comerciales de apoyo, super mercados, etc.

Variación del precio de uso comercial y residencial

Los cambios de precios entre el 2002 y el 2015 son un indicador de la dinámica de compra y venta de predios en la ZIT Usaquéen, que ha llevado a su transformación rápida, pasando de ser un lugar primordialmente para sus habitantes, a convertirse en poco tiempo en una zona atractiva para el mercado inmobiliario y comercial, la cual se ha venido consolidando aún más desde inicios de la década del 2000. El cambio abrupto en precio por metro cuadrado da cuenta de ello, al convertirse en una de las zonas de Bogotá, con mayor incremento en valor, frente a otras de la ciudad.

Ilustración 91 Variación del precio del suelo comercial 2002-2015.

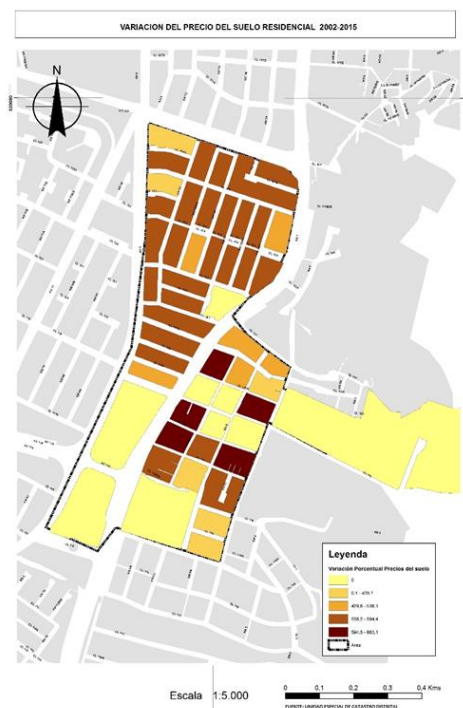


Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

En relación con los precios del área comercial construida entre el 2002 y el 2015, se evidencia una variación porcentual muy alta. Se diferencian claramente dos sub zonas: la primera entre la cra 9 y la cra 7 y entre las calles 116 y la calle 127, en la cual el impacto en valor del suelo ha sido excesivamente alto, al incrementarse mayoritariamente entre un 562% y un 647% en este periodo, y la segunda mayor concentración de precios se dio en más de un 647%.

La segunda zona, localizada entre la cra 7 y la cra 3 y entre las calles 117 y 124, presenta mayor variabilidad en los incrementos en precios, sin embargo, se concentran mayoritariamente entre un 304% y un 704%. Las únicas zonas que presentan un incremento menor, entre 0 y 132%, son en las que están localizados algunos bienes de interés cultural: la hacienda Santa Bárbara, el Seminario Mayor Valmaría, el antiguo Colegio Santander y un lote en el que actualmente funciona un parqueadero que da hacia el sitio en donde se ubica actualmente parte del mercado de las pulgas los días domingos. En general los cambios en precios dan cuenta de un fenómeno especulativo de alto impacto en el costo del suelo de la zona, que afecta significativamente a sus habitantes, llevando a un desplazamiento de los mismos, hacia zonas posiblemente más lejanas, pero menos costosas. La aparición además de proyectos inmobiliarios, viene cambiando la estructura morfológica del lugar, como lo pudimos observar en algunas de las fotos que dan cuenta de este proceso.

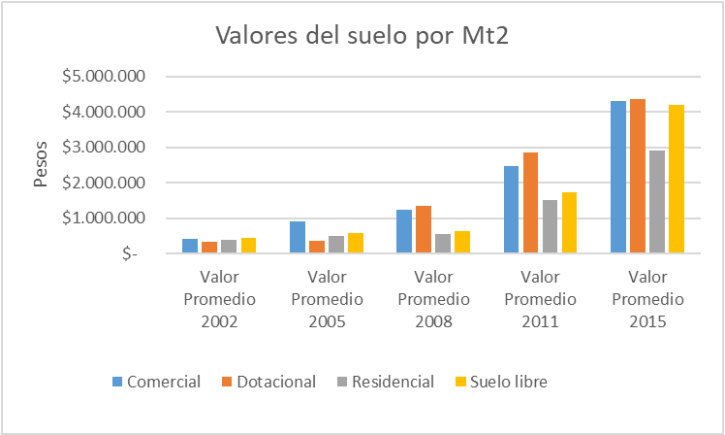
Ilustración 92 Variación del precio de uso residencial, 2002-2015



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

En relación con los precios de uso residencial, si bien hay zonas (en amarillo) en las cuales no se ha generado ningún incremento, dado que se mantienen los usos de estas construcciones: hacienda Santa Bárbara, alcaldía, monasterio, parqueadero; una buena proporción del área ha incrementado precios entre el 429% y el 663% (color marrón oscuro, café y amarillo), lo cual coincide con su cambio hacia uso comercial, como se evidencia en el plano presentado anteriormente relacionado con cambio de usos. Esto significa que la habitabilidad se ha transformado significativamente, pasando de ser un barrio tradicional, a una zona de interés turístico y comercial que ha impactado en tan corto tiempo las dinámicas de sus habitantes. La zona entre la cra 9 y la cra 7 y entre calles 116 y 127, presenta menor incremento en el precio de uso residencial frente a la de mayor concentración de dinámicas turísticas: la de la cra 7 y cra 3 y entre calles 117 y 124. Sin embargo, ha aumentado entre el 429% y el 538%.

Ilustración 93 Valores del suelo por Mt2



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

Tabla 6 Valores del suelo por Mt2

Uso	Valor Promedio 2002	Valor Promedio 2005	Valor Promedio 2008	Valor Promedio 2011	Valor Promedio 2015
Comercial	\$ 413.822	\$ 900.500	\$ 1.232.669	\$ 2.468.154	\$ 4.300.743
Dotacional	\$ 334.289	\$ 353.728	\$ 1.340.870	\$ 2.864.862	\$ 4.372.323
Residencial	\$ 395.734	\$ 487.437	\$ 558.715	\$ 1.516.750	\$ 2.900.599
Suelo libre	\$ 447.714	\$ 578.045	\$ 620.599	\$ 1.735.714	\$ 4.189.091

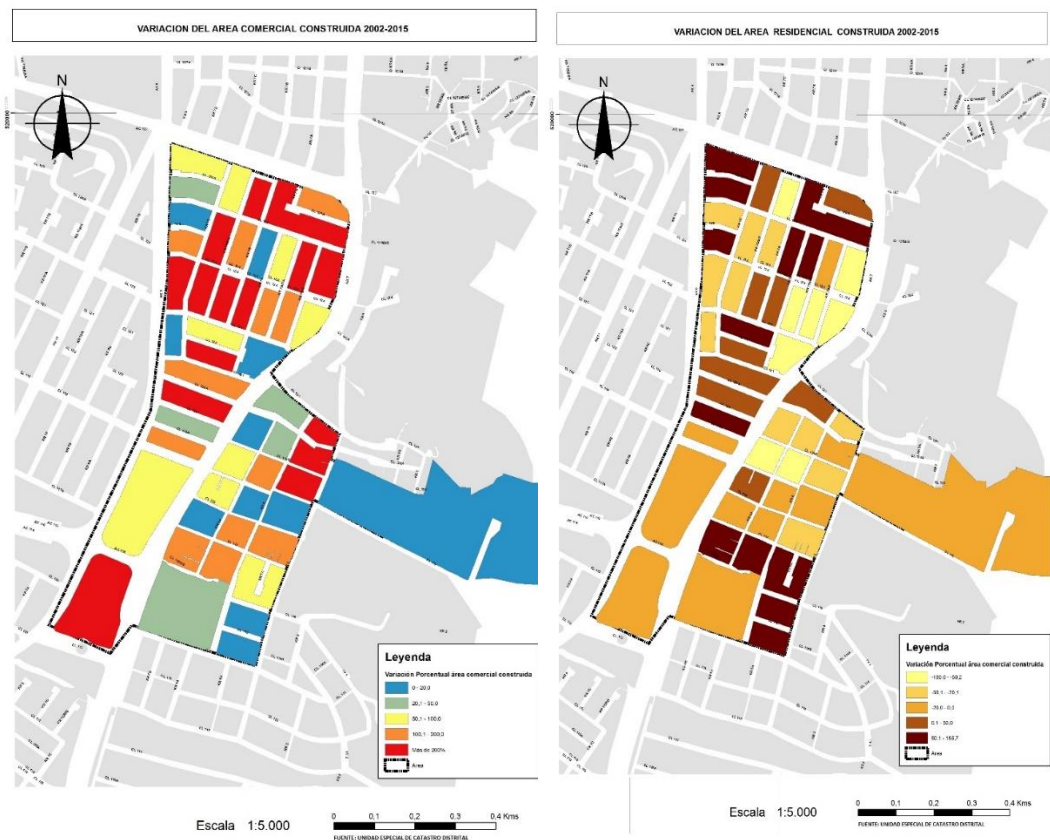
Fuente: Elaborado con base en datos de la Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016

El valor del metro cuadrado de uso dotacional entre el 2002 y el 2015 es el que presenta el mayor incremento, al pasar de \$334.289 a \$4.372.323, seguido del uso comercial que pasó de \$413.822 a \$4.300.743. en tercer lugar, se encuentra el uso de suelo libre, y, por último, el uso residencial es el que menos se ha incrementado en este periodo, pues pasó de \$395.734 \$2900.599. Llama la atención que en el 2002 los cuatro tipos de usos se encontraban muy similares en precios y en la medida en que ha transcurrido el tiempo, vienen marcándose significativas diferencias entre el comercial y el dotacional versus el residencial. Esto demuestra que este último ha venido perdiendo peso relativo en la zona, lo cual marca cambios en la forma en que sus habitantes se apropian y vivencian la misma.

Variación del área comercial y residencial construida.

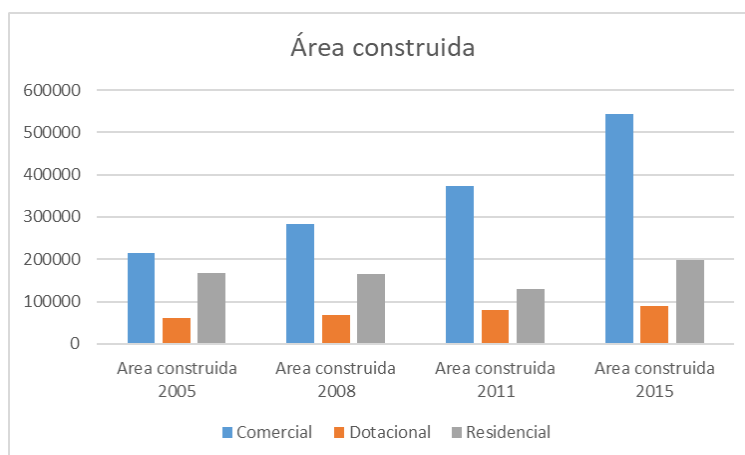
En los planos y datos que a continuación se presentan, se evidencia nuevamente que el área comercial es la que más ha crecido frente al incremento del área residencial, que prácticamente se mantiene, si bien aparecen algunos edificios en la zona para este último uso.

Ilustración 94 Variación del área comercial y residencial construida, 2002-2015



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

Ilustración 95 Área construida



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

Tabla 7 Área construida

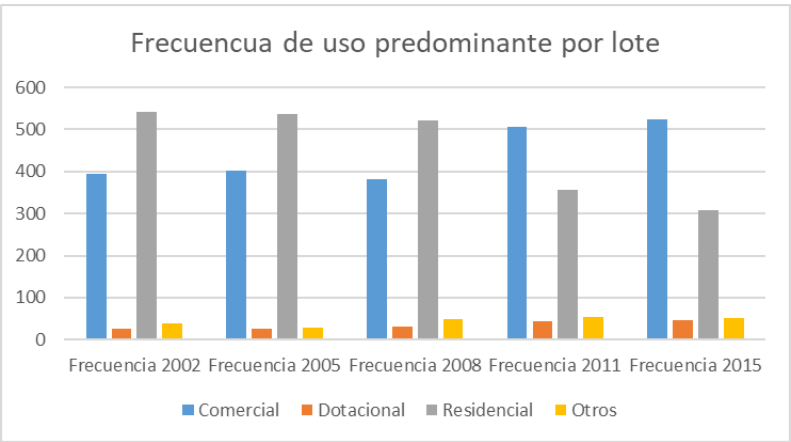
Uso por área construida	Area construida 2005	Area construida 2008	Area construida 2011	Area construida 2015
Comercial	214542	283879	372428	543156
Dotacional	61540	67338	79695	90154
Residencial	166736	165241	128460	198737
Fuente: Elaborado con base en datos de la Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016				

El área construida para uso comercial es la que más ha crecido, pasando de 214.542 mts cuadrados en el 2005 a 543.156 mts cuadrados en el 2015, más del doble; mientras que el uso dotacional y el residencial en términos generales, se han incrementado muy poco.

Frecuencia de uso predominante por lote

Esta variable busca identificar los cambios que se vienen dando paulatinamente en el periodo de tiempo analizado, en usos por predio; de tal manera que permite reconocer qué tanto se viene o no perdiendo el uso residencial frente al comercial.

Ilustración 96 Frecuencia de uso predominante por lote



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

Tabla 8 Frecuencia de uso predominante por lote

Uso predominante lote	Frecuencia 2002	Frecuencia 2005	Frecuencia 2008	Frecuencia 2011	Frecuencia 2015
Comercial	394	401	381	506	525
Dotacional	25	25	30	44	47
Residencial	541	537	521	357	307
Otros	39	29	50	53	52

Fuente: Elaborado con base en datos de la Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016

De acuerdo con la gráfica, se evidencia que entre el año 2002 y el año 2015, los suelos de uso residencial y comercial fueron los que presentaron una mayor frecuencia de uso predominante por lote, con un promedio de 452,6 y 441,4 respectivamente. Sin embargo, el uso residencial ha venido disminuyendo frente al comercial, que viene presentando incremento sostenido. Además, el uso comercial se ha mantenido desde el 2002 entre 394 metros cuadrados y 525 metros cuadrados, mientras que el residencial pasó en el 2002, de 541 metros cuadrados a 307 metros cuadrados. El uso dotacional, que está dirigido a la prestación de servicios públicos, ha crecido, pero relativamente poco en el tiempo, pasando de 25 metros cuadrados a 47 metros cuadrados, Lo que significa que prácticamente no ha variado significativamente en el tiempo.

Cambio de alturas

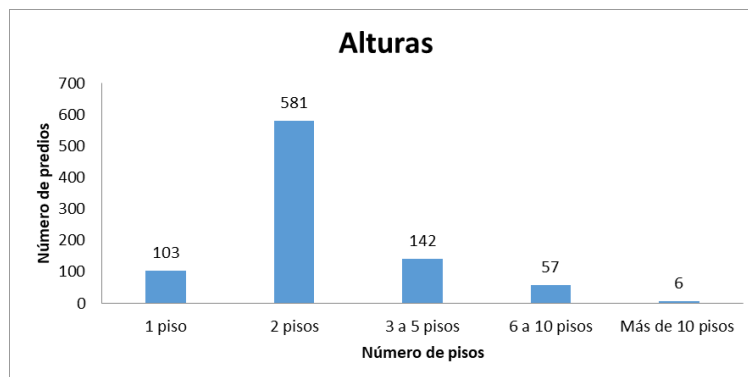
Los datos evidencian cambios en la morfología del lugar, que vienen en paulatino crecimiento en la medida en que el uso comercial va apareciendo con mayor fuerza en la zona.

Ilustración 97 Cambio alturas año 2005-2015



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

Ilustración 98 Alturas

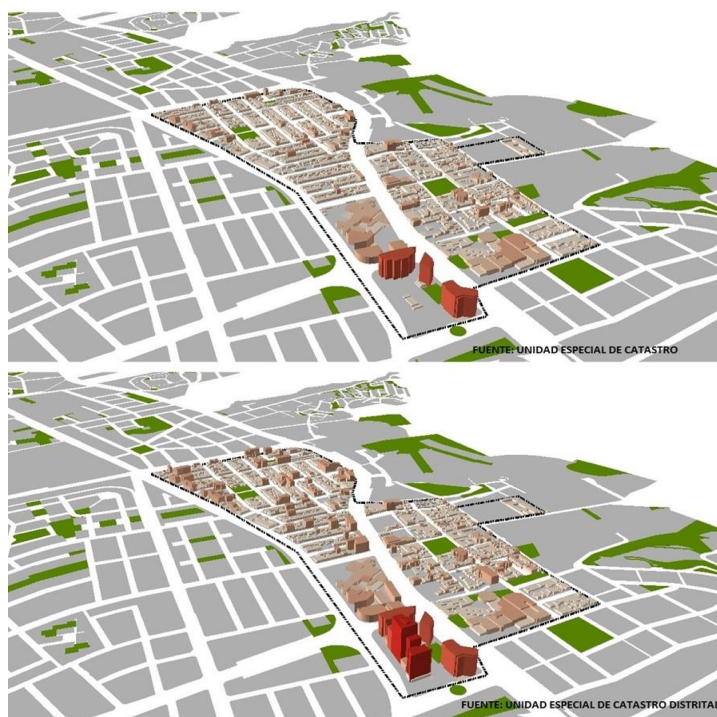


Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

Si bien aún se conserva mayoritariamente las alturas entre 1 y 4 pisos, empieza a notarse el cambio en edificabilidad hacia arriba, especialmente en la zona de la carrera séptima y novena. En la zona más turística ubicada de la carrera séptima hacia el oriente se evidencia cambios en alturas hasta los 10 pisos especialmente, lo cual coincide además con el incremento significativo en precios que se analizó anteriormente. Esto es preocupante, en la medida en que esta zona es la que conservaba la estructura tradicional en cuadrícula del legado colonial, que se ha venido transformando significativamente. En la zona se evidencia la prevalencia de construcciones de 2 pisos, con un total de 581 predios. Sin embargo, también se encuentran 142 predios que tienen entre 3 y 5 pisos; 103 predios que cuentan con 1 piso y 57 predios que tienen entre 6 y 10 pisos. Finalmente, las construcciones con más de 10 pisos son las que registran el menor número de predios, con un total 6 en la zona.

A continuación, se presenta el mapa tridimensional en el que se grafican más claramente estos cambios:

Ilustración 99 Cambio alturas 2005 al 2015



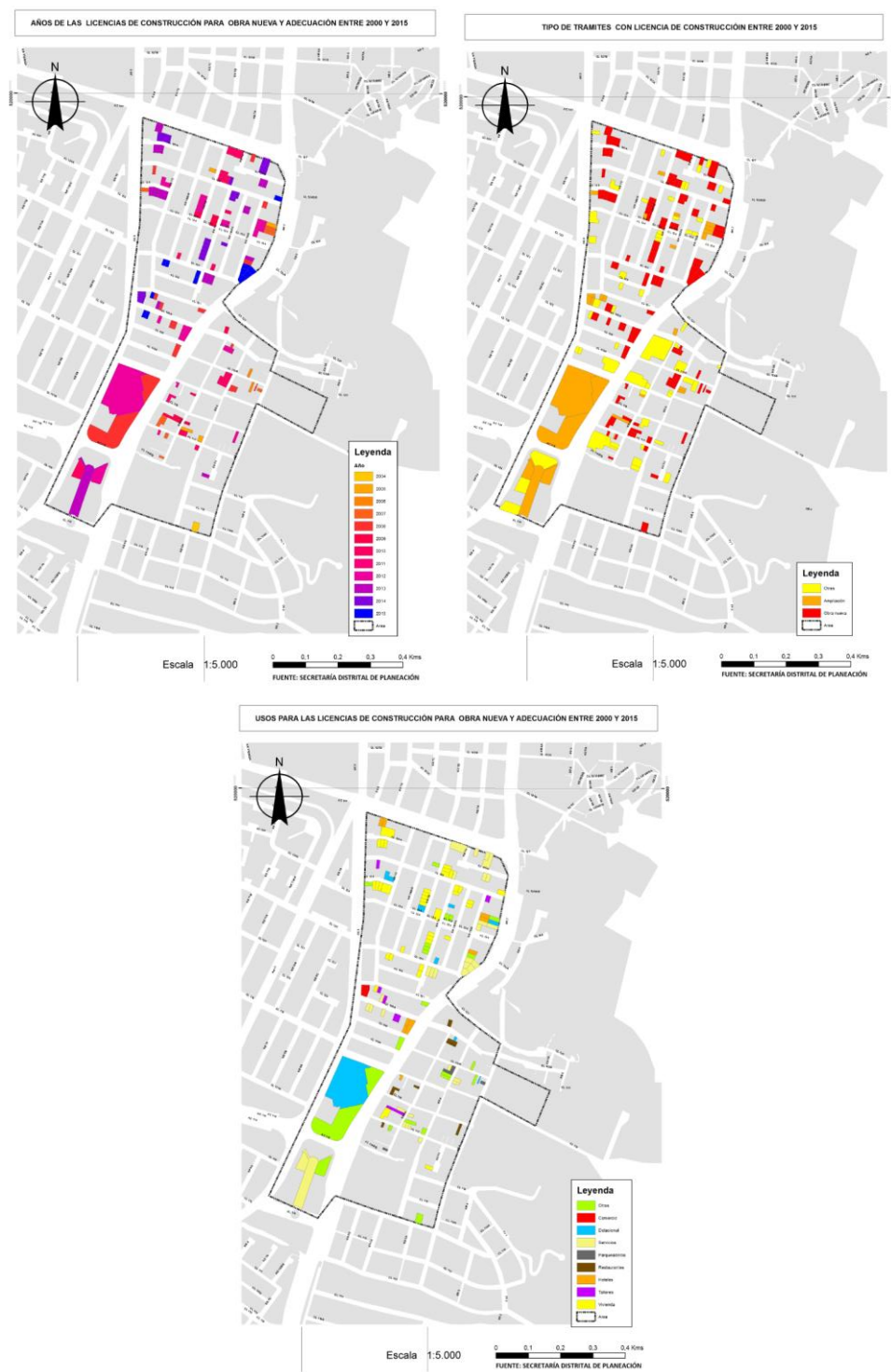
Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

Los cambios en edificabilidad hacia arriba o en alturas, se evidencia en la transformación del modelo del año 2005 al del 2015, especialmente entre la carrera séptima y la carrera novena, área en la cual se ve más claramente. Aunque es menor en la pieza de la séptima hacia los cerros orientales, ya se evidencian cambios significativos, lo cual está relacionado especialmente con el reemplazo de vivienda de uso monofamiliar a multifamiliar y de este hacia el uso comercial.

Trámites y usos de licencias de construcción de obra nueva y remodelación

La dinámica de otorgamiento de licencias, evidencia cambios significativos desde el 2008 hacia acá, con obras nuevas que aparecen fragmentariamente en la zona de la cra 7 hacia arriba, pero que, por la vulnerabilidad de la misma, se está rompiendo la armonía arquitectónica del lugar y reemplazando las edificaciones tradicionales. En la zona entre la Cra 7 y 9 se evidencian mayores cambios en el 2015 frente a la otra zona.

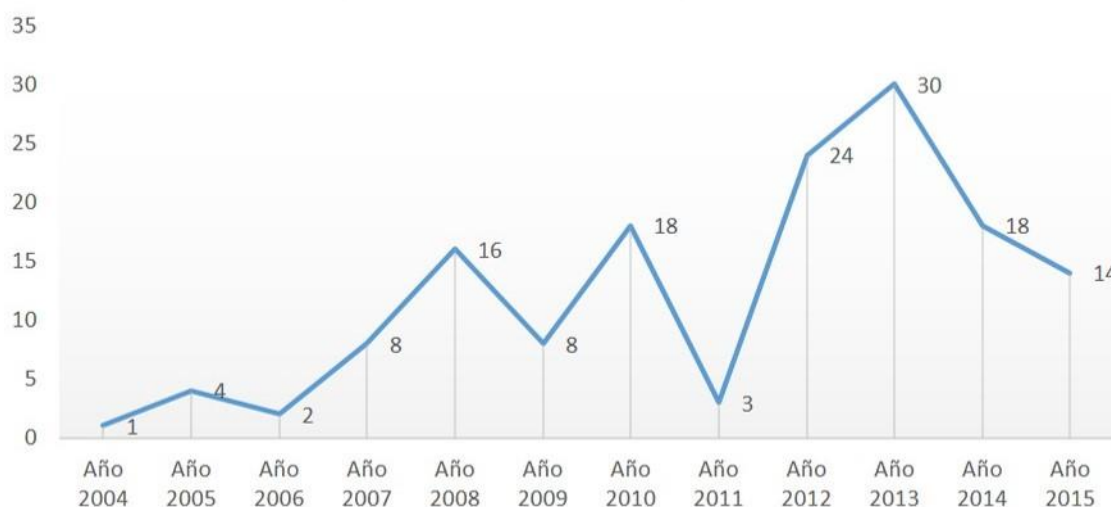
Ilustración 100 Trámites y usos licencias de construcción de obra nueva y remodelación



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

En relación con las licencias de construcción para obra nueva y adecuación, se muestra un incremento desde el 2007, con una leve caída en el 2011, y una importante dinámica entre los años 2012 al 2015: un incremento significativo de 30 licencias en el 2013, pasando a 18 en el 2014 y 14 en el 2015, con un total de 146 licencias otorgadas en dicho periodo, como se señala en la siguiente gráfica:

Ilustración 101 Licencias para obra nueva y ampliación por año



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

El trámite de licencias de construcción se ha concentrado en dotacional de salud, especialmente en la zona entre la carrera séptima y la novena, por los servicios de apoyo a la Clínica Santafé, con consultorios privados y otros servicios; en nueva vivienda multifamiliar, es decir nuevos edificios en reemplazo de casas de 1 o 2 pisos; y en la zona de la Cra 7 a la Cra 3, la apertura de nueve hoteles, restaurantes y servicios de comercio, entre otros, con un total de 76.226 metros cuadrados otorgados en nuevas licencias. El impacto por lo tanto en nuevas licencias es significativo en una zona relativamente pequeña como es esta, transformando radicalmente los usos y prácticas sociales de sus habitantes. Recientemente,

a finales del 2017, se abrieron dos nuevos centros empresariales y comerciales que cambian abruptamente la armonía arquitectónica entre las carreras 6 y 7 y entre las calles 116 y 120, con una estructura que genera un fuerte impacto paisajístico hacia el interior de la zona, pues rompe completamente la estructura.

Ilustración 102 Nuevos centros empresariales y comerciales que cambian abruptamente la armonía arquitectónica entre las carreras 6 y 7 y entre las calles 116 y 120



Foto: Rozo E. marzo 2018.

En la foto se evidencia que, en un corto tiempo, se han reemplazado casas tradicionales de uso residencial, por nuevas edificaciones de uso comercial. Este tipo de cambios va generando transformaciones en las prácticas sociales de los habitantes de la ZIT Usaqué, en la medida en que se va transformando la estructura y función del lugar. Estas áreas en las horas de la noche están cerradas, generando una sensación de soledad e inseguridad a sus alrededores por la no habitabilidad permanente en las mismas.

Ilustración 103 Uso tramitado para obra nueva y ampliación



Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de las licencias de construcción que se han dado en el área de trabajo, 2016.

El gráfico anterior muestra cómo de las 146 licencias de construcción por obra nueva y ampliación, el principal uso fue para vivienda multifamiliar con 40 licencias (27%). Adicionalmente, se tramitaron 23 (16%), de las cuales no se registra uso específico; 17 (12%), para servicios profesionales; 9 (6%), para hoteles; 8, para servicios de comunicación y restaurantes, respectivamente (5,5% c/u); 7, para dotacional salud, servicios empresas e inmobiliarios y talleres respectivamente (4,8% c/u); 6 (4%), para vivienda unifamiliar; 4 para comercio y servicios de parqueaderos respectivamente (3% c/u); 3 para dotacional abastecimiento y servicios de oficinas respectivamente (2% c/u). Si bien el mayor número está dirigido a vivienda multifamiliar, si se contrastan estos datos con los metros cuadrados ocupados que veíamos anteriormente, el mayor uso en extensión e impacto es el comercial y dotacional, dada la magnitud, edificabilidad hacia arriba y extensión de estas obras.

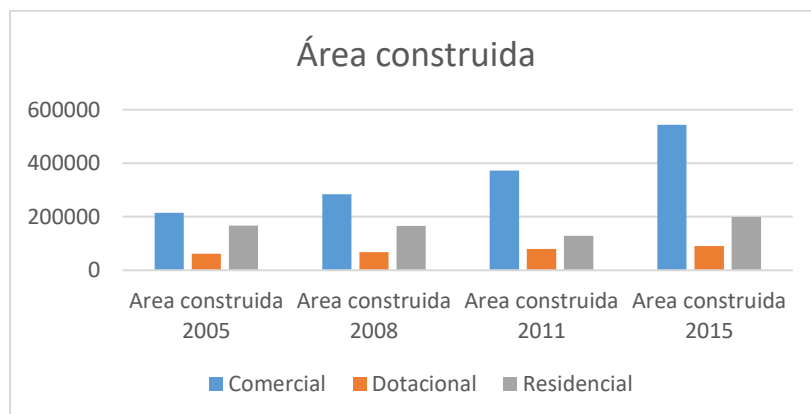
Ilustración 104 Trámite Licencia



Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de las licencias de construcción que se han dado en el área de trabajo, 2016.

Entre el año 2000 y 2015, en la zona se tramitaron en total 201 licencias, incluyendo obra nueva, ampliación, adecuación y modificación, etc. de los cuales 118 (59%) fueron para obra nueva. Asimismo, por motivos de ampliación, se tramitaron 28 licencias (14%); 15 de ellas (7%), no cuentan con registro; 13 fueron otorgadas (6%), para adecuación; 9 (4%), para modificación; 5 (2,5%), para demolición total; 4 (2%), para demolición parcial (Llama la atención que en total se hayan aprobado 9 licencias para demolición total o parcial); 3 (1% c/u), para propiedad horizontal y reforzamiento estructural respectivamente; y 1 (0,5% c/u), por cerramiento, culminación de obras y restitución respectivamente. Lo que se evidencia es un significativo movimiento de licencias en la zona, que se viene transformando abruptamente en tan pocos años, como se explicó con los gráficos anteriores.

Ilustración 105 Área construida



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Catastro Bogotá, 2016.

De acuerdo con la gráfica, entre el 2008 y 2015, el suelo de uso comercial es el que presenta una mayor área construida con 543.156 Mt2 para el último año, seguido por el residencial con 198.737 Mt2 y por último, se encuentra el de uso dotacional con 90.154 Mt2.

Presencia de servicios turísticos en la zona

Ilustración 106 Norma urbana para hoteles, restaurantes y bares, 2015.



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Unidad Especial de Catastro Distrital, 2016.

Si bien la norma urbana establece prohibiciones en relación con usos del suelo comercial, particularmente en lo relacionado con bares, en la zona han ido implantándose este tipo de establecimientos, como se evidencia en el mapa correspondiente. Por el contrario, el uso comercial permite la implantación de hoteles, los cuales se han venido desarrollando en la pieza entre la carrera séptima y la carrera novena. Sólo tres de ellos aparecen ubicados arriba de la séptima, que es la zona más visitada el fin de semana. Lo relacionado con apertura de restaurantes, se ubican principalmente de la carrera séptima hacia el oriente, coincidiendo con las rutas peatonales más utilizadas durante el fin de semana. Además, se evidencia que el cambio en el uso residencial hacia el comercial, se da principalmente por la apertura de este tipo de establecimientos, en la zona de mayor concentración de visitas el día domingo.

La oferta de establecimientos gastronómicos, hoteleros y de artesanías, entre otros servicios, está cambiando permanentemente, pero se destacan dos grandes conglomerados: la zona a (en azul) en la que se ubican especialmente establecimientos hoteleros, aproximadamente 10, localizados desde la calle 114 hasta la calle 127 entre carreras 7 y 9; la zona b (en rojo y morado): con presencia especialmente de establecimientos gastronómicos, hoteleros, aproximadamente 5, y de artesanías ubicados desde la calle 121 hasta la calle 114 entre las carreras 7 y 5.

Ilustración 107 Inventario oferta turística de la ZIT Usaquén

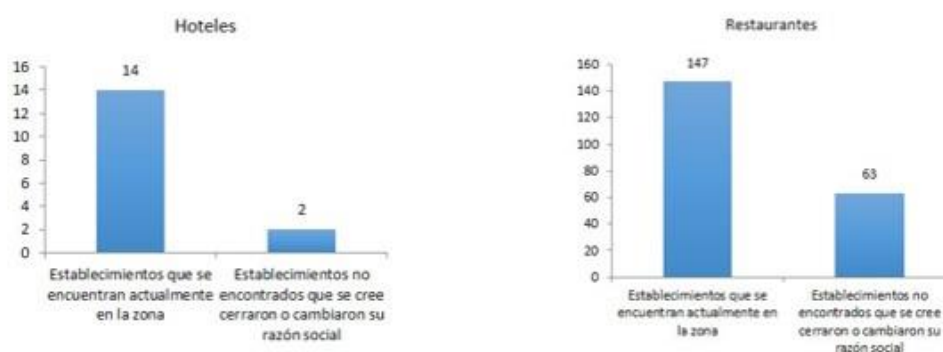


Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo, 2017.

Con base en el inventario existente en páginas web y en directorios de servicios turísticos, se identificó un total de 139 restaurantes en la Zona B. Sin embargo, en el trabajo de campo se evidencio que, del total, sólo 76 permanecían en la zona, 63 ya habían cerrado o habían cambiado de propietario o de razón social. Así mismo, se encontraron 37 nuevos establecimientos dando como resultado un total de 113 restaurantes actualmente. Adicionalmente, la oferta gastronómica se complementa con 34 restaurantes encontrados dentro del centro comercial Hacienda Santa Bárbara, para un total de 147 establecimientos de alimentos y bebidas. Lo que además es evidente, es la dinámica muy fuerte de cambio en el tipo de establecimientos, posiblemente por el impacto de los precios de arrendamientos y de metro cuadrado, que es bastante costoso en el sector.

En esta zona hacen presencia los principales mercados artesanales y de pulgas: “San Pelayo” y “Carpe Diem”, abiertos al público los domingos y festivos. Recientemente surgió un nuevo mercado en la plaza principal, la Galería Aly Artes, que se localiza hacia el interior de una casa de eventos y complementa la oferta de la zona con diversos productos artesanales y souvenirs. A esto se suma la presencia permanente de artesanos en la Plazoleta de “Las Aguas” ubicada al lado del centro comercial Hacienda Santa Barbara y a lo largo de la carrera sexta.

Ilustración 108 Hoteles y restaurantes que se encuentran actualmente en la zona y los que cerraron o cambiaron de razón social



Fuente: Elaboración propia con base en datos recopilados durante investigación de campo en el área de estudio de la localidad de Usaqué, 2016.

En la zona se está dando un alto nivel de rotación de los establecimientos gastronómicos, con un ciclo de vida aproximado de 2 a 6 meses, de acuerdo con lo conversado con un miembro del frente de seguridad de Usaqué. La oferta gastronómica contempla desde el denominado “corrientazo” hasta restaurantes de cadena y gourmet. Hay una notoria presencia de vendedores ambulantes y artistas callejeros; asimismo, se evidencia invasión del espacio público por parte de estos y de automóviles debido a la falta de parqueaderos.

Aunque la oferta gastronómica es la más representativa en la zona, también se ofrece arte, ropa, muebles y antigüedades. La ZIT Usaqué continúa creciendo, y como se comentó anteriormente, con la apertura de los dos nuevos centros empresariales y comerciales, se amplía la oferta de parqueaderos y se prevé la apertura de nuevos restaurantes, cambiando de manera permanente las dinámicas del lugar.

Reflexiones sobre los cambios en la corporalidad del lugar

Los cambios que se mostraron en este capítulo, demuestran cómo la zona viene cambiando en su corporalidad significativamente y en tan corto tiempo, generando procesos de pérdida de usos residenciales y prevaleciendo los comerciales y de servicios, con alto impacto en la estructura y morfología tradicional del lugar. Las dinámicas turísticas conllevan cambios en las formas de habitar el lugar y, en este caso, los habitantes se han visto afectados por las lógicas económicas que se imponen frente a la necesidad de generar mayor atracción para los turistas, lo cual viene creciendo considerablemente allí. A ello se suma, los imaginarios que los turistas traen consigo y que esperan ver encarnados en el lugar, a partir de la búsqueda de hitos contemporáneos globales, la fantasía, la tematización, pero también lo identitario asociado al centro histórico de la ZIT Usaqué.

Si consideramos los paradigmas que se analizaron en el primer capítulo, en la ZIT se evidencian síntomas del llamado turismo moderno, que se caracteriza por una llegada masiva de personas, generando una puesta en valor para uso turístico del lugar, desestimando las prácticas de sus habitantes, avasallándoles y generando desplazamiento, como está ocurriendo allí.

Pero también se evidencian expresiones del turismo contemporáneo, en el que el hiper consumo se está imponiendo en la zona, lo que motiva la aparición de una nueva oferta comercial, especialmente encarnada en hoteles, restaurantes gourmet, cafés y ventas de artesanías, entre otros. Todo ello, está proponiendo cierto tipo de estética urbana, ligada a los hitos globales de marca con alto reconocimiento por parte de los consumidores; una búsqueda de la fantasía por parte de los turistas, que se concreta en apuestas locales basadas en imaginarios de otros lugares del mundo, concretándose en un solo espacio, e itinerarios que proponen nuevas formas de recorrer el lugar. La ZIT Usaquéen está encarnando en su corporalidad, imaginarios de los turistas ligados a la fantasía, al miedo, al deseo, al disfrute, etc. En algunas ocasiones el diseño intencional o no por parte de gestores públicos o inversionistas, de objetos, artefactos, parques temáticos, museos, centros comerciales, en un espacio específico y con un ánimo de rentabilidad económica, se constituyen en pseudo representaciones, que le dan más cabida a la forma que a la función de estos atractores, combinando imágenes, sonido, instalaciones, señalética, videos, etc. Toda una producción contemporánea y efímera especialmente en las grandes ciudades.

La puesta en valor turístico de zonas de interés turístico como Usaquéen, en las grandes ciudades, reproduce un sentido de lo volátil, expresado en sentimientos de búsqueda del turista, de memorias y archivos más allá de lo fugaz de su corta estadía en un lugar. Por ello, los turistas buscan atrapar la carga imaginaria del lugar capturando imágenes a través de la cámara fotográfica o el video. La representación que capta a través del lente, es para el futuro no para el presente, para cuando se regrese a casa.

El espacio público, además se ha visto completamente ocupado, generando problemáticas por el derecho al uso del mismo: “El derecho a la centralidad accesible y simbólica, a sentirse orgullosos del lugar en el que se vive y a ser reconocidos por los otros, a la visibilidad y a la identidad, además de disponer de equipamientos y espacios públicos próximos, es una condición de ciudadanía” (Borja, 2007, pág. 393). Lo visible e invisible juega dialécticamente en la corporalidad que viene emergiendo en los últimos años en este lugar, constituyéndose en un doble juego para habitantes y turistas. Los primeros que van reconfigurando sus prácticas de acuerdo con aquellas de los segundos, relegando sus espacios de tiempo libre, socialización, etc., a la mirada de los turistas, quienes van recorriendo la zona, de acuerdo con lo que les va proponiendo la misma oferta inmobiliaria comercial de alto costo, construyendo una estética turística propia del turismo contemporáneo.

En la ZIT Usaqué se viene configurando un sistema de atracciones turísticas, en la que se evidencian los marcadores del lugar que propone Maccannell (2003), construyendo un particular performance para el turista. La mirada sigue siendo el sentido más importante a través del cual se experimenta el lugar, de tal manera que se ha venido construyendo un contenido simbólico particular, una manera y orden específico vinculado a una economía de signos, representativos para aquellos que solo quieren visitar la zona atraídos por una efimeralidad de la visita. Pero estos cambios en el orden físico del espacio, conllevan también un cambio profundo en el orden simbólico, en las formas concretas como sus habitantes experimentaban el lugar y que hoy día, vienen resignificando por nuevas formas de apropiación del mismo, lo cual se verá de manera más evidente en el análisis de sus imaginarios.

Según Maccannell (2003), el uso del tiempo libre por parte de las sociedades modernas brinda un marco para el entendimiento de cómo se crean, administran e imponen las reglas sociales, las dimensiones y formas de funcionamiento de la jerarquización social, los encuentros y desencuentros entre grupos e individuos que, en el caso del turismo, buscan

satisfacer un deseo de descanso en un tiempo que se constituye como parte sagrada del ser humano y que tiene un alto contenido simbólico y estético de la vida. En la ZIT Usaqué, el cambio morfológico da cuenta de una nueva jerarquización social que se evidencia en los cambios de precios, en la alta valorización del lugar para nuevos inversionistas, desplazando usos residenciales y, por tanto, formas tradicionales de habitar el lugar. En tan corto tiempo, la usabilidad ha cambiado drásticamente, reemplazando una manera particular en la que se vivía desde lo local, para convertirse en una manera de experimentar lo global en un solo lugar.

Además, los cambios demuestran como en tan corto tiempo, el paisaje bucólico ligado a un patrimonio cultural del periodo de la colonia, se viene poniendo en riesgo, por las mismas dinámicas turísticas, que inicialmente fueron atraídas por éste, pero que hoy es reemplazado por nuevas inversiones de oferta hotelera, gastronómica, centros comerciales, etc., asociadas a la tematización, recreación artificial, a la efimeralidad y al hiper consumo, como expresiones de la contemporaneidad. Esta zona encarna tres imaginarios del turista: la búsqueda del pasado y lo identitario; lo moderno; y lo posmoderno o contemporáneo, lo cual no implica, como se afirmaba en el primer capítulo, una visión lineal, sino que las tres se dan de manera simultánea, al mezclar pequeños fragmentos del periodo colonial en medio del bullicio y velocidad de una zona que se viene configurando como de interés turístico internacional. La mezcla de estos tres paradigmas, que se disfrutan especialmente en el espacio público, logran un efecto de de- diferenciación de la experiencia (Cohen, 2005).

Todos estos cambios están generando una nueva forma de percibir el lugar desde afuera, constituyéndose en destino de moda, articulándose cada vez más a la oferta turística de la ciudad y cada vez más deseable para los turistas. ¿Pero qué tan deseable sigue siendo para sus habitantes?, ¿cómo están percibiendo los habitantes de la ZIT Usaqué estos cambios? ¿Qué imaginarios sociales están construyendo sobre estas nuevas formas de habitar? ¿Cómo perciben a ese otro, el extraño que llega todos los fines de semana a apropiarse de su lugar?, ¿cómo sueñan su lugar a futuro? Estos interrogantes inspiran el siguiente capítulo en el que

se presenta el análisis detallado de su construcción imaginaria sobre las dinámicas contemporáneas en su lugar de vida.

Capítulo cinco: La construcción imaginaria del lugar por parte de los habitantes de la ZIT

Usaquén y su área de influencia

*“Los lugares generan sus propios campos de significados...
dan lugar a sus propias estéticas inmediatas,
cambiantes estados de ánimo y relevancias, su carácter y su espíritu...
Aún en total quietud los lugares parece que hablaran...
los lugares expresan sólo aquello que sus animadores son incapaces de decir...
voces incorpóreas, inmanentes aunque inaudibles,
no son más que las de la gente que habla en silencio a sí mismos”*
(Basso K. H., 1996, págs. 56, Trad. propia)

5.1. Presentación

Los imaginarios de los habitantes de la ZIT Usaquén, están en permanente cambio, dadas las dinámicas turísticas que se están presentando en los últimos años en este lugar: “la complejidad misma de los imaginarios entonces, es el reflejo de la pluralidad de sentidos, es decir, no hay una única lectura, un pensamiento único que surja y se moldee a partir de los imaginarios que se transmiten también en la complejidad de las manifestaciones de estos imaginarios, condición que los hace no estables, sino creación constante, a la imagen de todo el trabajo de la mente humana, que teje y desteje constantemente para recomponer las figuras, cambiar las formas, repensar las imágenes” (Bocanegra, 2007, pág. 40).

Se abordan los imaginarios sociales, como el vehículo que permite conocer los diversos modos como los habitantes se apropian de su espacio, cómo son sus prácticas cotidianas, cómo perciben los cambios derivados del turismo y cómo sueñan a futuro dicho lugar de vida. La aproximación a los imaginarios también nos permite comprender cómo los sujetos simbolizan sus lugares, enriqueciendo de manera permanente la percepción de la realidad e instalándose como modos de ser de una sociedad. permiten comprender desde una perspectiva compleja, las expresiones materiales e inmatrimales que se están dando en diversos lugares turísticos contemporáneos a nivel mundial, como la ZIT Usaquén, pues evidencian cómo “una ciudad del tiempo se va sobre poniendo a la ciudad del espacio

impregnando así las representaciones ciudadanas de la subjetividad contemporánea” (Silva A. , 2014).

El análisis que se presenta con la ZIT Usaquéen nos permitirá comprender cómo los habitantes de los lugares turísticos contemporáneos, construyen imaginarios sobre los cambios derivados de las prácticas turísticas, cómo van proyectando nuevos significados, generando formas particulares de apropiación, adaptándose o no a estas transformaciones, las cuales se encarnan en objetos físicos que generan a su vez nuevas representaciones. Este abordaje nos permite analizar cómo se dan estos procesos desde las percepciones, desde los sistemas de creencias, los miedos deseos y expectativas de los sujetos que le habitan.

Para ello, se ha adaptado la encuesta que hace parte de la metodología de Silva (2006), proponiendo algunas categorías de análisis asociadas a las dinámicas turísticas. En este capítulo se hace primero una introducción al enfoque de imaginarios, para posteriormente, presentar los resultados correspondientes a la encuesta adelantada a los habitantes de la ZIT Usaquéen, a partir de tres categorías de análisis que se han propuesto: el lugar, las prácticas sociales de los habitantes y las otredades: interrelación con los turistas y visitantes.

5.2. La condición imaginaria En La ZIT Usaquéen como lugar turístico contemporáneo

Las imágenes poéticas según Bachelard (1994), emergen en la consciencia como un producto directo del corazón, el alma, y el ser, aprehendido en su actualidad. El autor propone una fenomenología de la imaginación en la cual una imagen no requiere preparación previa y puede ser el resultado de la concentración de toda la síquis, aparece como un evento singular, de corta duración, constituido por la apariencia de una inusual imagen poética, reacciona en otras mentes y en otros corazones, a pesar de todas las barreras del sentido común, de todas las escuelas de pensamiento, contenidas en su propia inmovilidad, generando un proceso fenomenológico muy particular: “la consideración del inicio de la imagen en una consciencia individual puede ayudarnos a restaurar la subjetividad de las imágenes y medir su plenitud, su fuerza, y su transubjetividad” (Bachelard, 1994, pág. xix).

Según Durand la conciencia cuenta con dos formas de representarse el mundo las cuales no son significativamente diferentes y se manifiestan como gradaciones de la imagen: una directa, cuando las cosas se presentan ante el ser a través de la percepción o sensación y otra indirecta, cuando las cosas no se presentan en carne y hueso y lo que hace el sujeto es recordar, imaginar o representar: “en todos estos casos de conciencia indirecta, el objeto ausente se re-presenta ante ella mediante una imagen, en el sentido más amplio del término” (2007, pág. 10). Estas formas, según el autor, se pueden manifestar en extremos opuestos como una presencia perceptiva o en un signo separado completamente del significado, lo cual lo convertiría en un símbolo, a través del cual se conoce, pero este tipo de conocimiento nunca es “objetivo”, es ambiguo, redundante, por tanto, la contemporaneidad debe conocer este “hecho simbólico” esta realidad simbólica, que no opone razón e imagen, las concilia. El símbolo, según el autor, hace parte de los signos y estos ayudan a economizar definiciones conceptuales largas u operaciones mentales, puesto que en la medida en que estos aparecen, ya representan y contienen el significado de la cosa que representa.

Dichos signos son elegidos de manera arbitraria, pero algunos de ellos son contruidos de manera mucho más compleja en la medida en que pueden representar valores morales, éticos, etc., y se representan a través de alegorías (contienen elementos concretos o ejemplares del significado y son traducciones concretas de una idea difícil de captar), emblemas (objetos que rodean a una alegoría, apólogos (narraciones que apoyan a través de explicaciones a las alegorías). A estos dos tipos Durand los denomina como: signos arbitrarios o indicativos, los cuales hacen referencia a una realidad significada, no necesariamente que esté presente pero que es posible presentar; y los signos alegóricos, que “remiten a una realidad significada que es difícil de presentar” (2007, pág. 12). Adicionalmente el autor plantea el concepto de “imaginación simbólica”, cuando el significado es imposible de presentar y el signo refiere a un sentido y no a una cosa sensible.

El simbolismo va a representar especialmente aquellas cosas ausentes o imposibles de percibir: “ya que la re-presentación simbólica nunca puede confirmarse mediante la presentación pura y simple de lo que significa, el símbolo, en última instancia, solo vale por sí mismo. La imagen simbólica es transfiguración de una representación concreta con un sentido totalmente abstracto” (Durand, 2007, pág. 15). El símbolo, según él autor, es una representación que hace aparecer un sentido secreto y se compone de una parte visible, concreta: el significante; y de otra parte compuesta por lo invisible e inefable lo cual construye un mundo con representaciones indirectas de signos alegóricos. La imaginación simbólica entonces está constituida por el significante y el significado lo cual caracteriza al signo simbólico generando una flexibilidad del símbolo. Es decir el conjunto de todos los símbolos relativos a un tema, les da una potencia simbólica suplementaria, lo cual denomina Durand como la redundancia perfeccionante del mismo y que se puede manifestar a través de tres categorías: la primera, asociada a gestos: símbolos rituales; la segunda, a las relaciones lingüísticas: mitos y sus derivados; y la última, a imágenes o símbolos iconográficos expresados en copias, por ejemplo de un lugar, como múltiples Disney alrededor del mundo, las representaciones por parte del espectador de pinturas elaboradas por un reconocido pintor, etc.

En esta perspectiva, el enfoque de los imaginarios de Silva (2006), nos permite comprender cómo los habitantes de la ZIT Usaquéen, están percibiendo estos cambios. Según este autor estos se componen de un “conjunto de imágenes y signos, de objetos de pensamiento, cuyo alcance, coherencia y eficacia puede variar y cuyos límites se redefinen sin cesar” (Silva A. , 2006, pág. 17). Por lo tanto, están compuestos por tres acepciones: Lo imaginario asociado a la pregnancia simbólica del lenguaje (retoma este concepto de Ernest Cassirer, como se citó en (Silva A. , 2006, pág. 17), la cual consiste en la impotencia que condena al pensamiento a intuir algo que siempre lo relacionará con uno o muchos sentidos y esto se da como consecuencia de que en la conciencia humana, según el autor, nada es simplemente presentado sino representado; La pregnancia también es inconsciente y se manifiesta de

diversas maneras en la medida en que una circunstancia social concreta puede generar reacciones imprevisibles o imperceptibles a la comprensión consciente. Por ello se requiere profundizar en los motivos que la ocasionaron. Lo imaginario como inscripción síquica y en la perspectiva de una lógica inconsistente estaría relacionado, según el autor, con los aportes que el psicoanálisis ha hecho a la construcción imaginaria. y lo imaginario como construcción social de la realidad. El autor plantea que la imaginación simbólica se da “cuando el significado no se produce como una cosa específica en cuanto tal, una palabra exacta, una descripción única, y lo que se reconoce más que una cosa, viene a ser un sentido o muchos que pueden abarcar la expresión simbólica” (Silva A. , 2006, pág. 17). Estas construcciones de múltiples sentidos se expresan en las diversas maneras como los turistas van construyendo imaginarios sobre los lugares turísticos, a partir de múltiples imágenes y contenidos que se van comunicando a través de libros, películas, la prensa, etc., pero que se constituyen de significados etéreos, vagos que van cambiando de manera permanente en sus mentes.

Silva plantea que los imaginarios son el “Proceso psíquico perceptivo cuando lo entendemos motivados por el deseo y cuando lo que atendemos no es su representación ni su descarga satisfactoria sino una forma de aprehender el mundo... Si lo que nos interesa es la representación, estamos en el dominio de la lógica. Si lo que enfocamos es el cuerpo como tensión del goce y descarga de placer, estamos en el dominio del psicoanálisis. Pero si queremos comprender los modos como aprehendemos el mundo desde una posición de sujetos deseantes, estamos proyectando los imaginarios, lo que incluye tanto el proceso lógico como el hermenéutico, analítico y estético. Pero esa posición deseante ha de ser social, pues los imaginarios han de agregar otra premisa que ya señalamos: son colectivos y por ello públicos y se estudian desde sus modos sociales de conocer” (Silva A. , 2007, pág. 91). En este sentido, el análisis de los imaginarios sociales de los habitantes de la ZIT Usaqué, nos permiten comprender sus sentimientos y emociones que, como colectivo, están proyectando frente a una nueva forma de valoración turística de su lugar, que emerge y

transforma significativamente sus prácticas sociales, lo cual complementa el análisis que se hiciera en el capítulo anterior de cambios y transformaciones materiales de su lugar de vida.

Siguiendo a Silva (2006), se busca construir los croquis afectivos (miedos, amores, recuerdos, presencias, ausencias, etc.) y captar los “puntos de vista ciudadanos”, que para el análisis de la ZIT Usaquén, se adaptará el concepto de ciudad al de lugar y el de ciudadanos al de “habitantes”; dada la referencia a la construcción de sentidos de lugar que nos aporta la geografía humanística. Se trata de captar las percepciones y las maneras como estos construyen su lugar, un nuevo urbanismo ciudadano. Se busca establecer los “vínculos profundos entre percepción colectiva, uso de la ciudad y posibles estrategias de nuevas mentalidades urbanas” ” (Hiernaux & Lindón, 2012, pág. 14).

El nuevo urbanismo, como base de los imaginarios, está basado en tensiones colectivas y psicológicas y sus proyecciones sobre el uso y la evocación de las urbes, combinando dos inscripciones: las marcas físicas (el lugar visto, que correspondería a lo que ya se presentó como la corporalidad del lugar) y los deseos invisibles (el lugar imaginado). El objetivo del enfoque de imaginarios sociales es captar el lugar que construyen los habitantes desde una perspectiva subjetiva, desde las formas como estos la sienten a través de sus vivencias, percepciones, sueños de su lugar de vida: “captar desde una antropología del deseo ciudadano, los modos de ser urbanos, lo cual aporta en la construcción de un mapa de culturas urbanas...nuevo urbanismo creado desde sus ciudadanos” (Hiernaux & Lindón, 2012, pág. 13), es “captar esa ciudad subjetiva que llevan en sus mentes y en sus modos de vida los ciudadanos, tratando de comprender y evidenciar memorias colectivas sobre temas urbanos, tales como acontecimientos locales, personajes y mitos, escalas de olores y colores que identifican y segmentan sus ciudades, fabulaciones, historias, leyendas, rumores que las narran, en fin, construcciones imaginarias que de cada ciudad hacen las distintas creaciones de ficción en tan variados géneros de las narraciones urbanas” (Hiernaux & Lindón, 2012, pág. 14). Por lo tanto se busca captar la perspectiva del lugar desde sus habitantes los cuales

lo perciben desde los “sentimientos, los miedos, amores, odios y recuerdos, para construir sus croquis afectivos” (Silva A. , 2006, pág. 14) cuyo objetivo final, siguiendo al autor, es establecer los vínculos entre percepción colectiva, uso de la ciudad y posibles estrategias de construcción de nuevas mentalidades urbanas...la creación de un nuevo urbanismo basado más en tensiones colectivas y psicológicas y sus proyecciones sobre el uso y la evocación de las urbes.

Según Silva, los imaginarios sobre la ciudad surgen de procesos de percepción en el que la selección y reconocimiento sobre la misma se va construyendo como objeto simbólico y colectivo y como resultado de procesos del inconsciente. Por ello, la metodología propuesta por el autor, se aleja de perspectivas sociológicas basadas en observaciones con pretensión de objetividad de hechos sociales a partir, por ejemplo, de estructuras sociales de clases o de grupos de interés. Esta perspectiva se concentra más en la condición subjetiva y su relación y formas de percepción del mundo, las maneras como los sujetos leen y simbolizan su entorno desde un enfoque de la ciudad textualizada, interpretada: “Estamos, en nuestro caso, ante eventos apenas textualizados, que construyen más bien patrimonio de estructuras implícitas de intercomunicación social...la percepción imaginaria corresponde a un nivel terciario superior de percepción social ligado al pensamiento visual” (2006, pág. 20) y que se da una vez se ha pasado por dos procesos anteriores: la percepción como registro visual ajeno a quien le observa, es decir la imagen en sí misma y, en segundo lugar, el análisis de la imagen según el punto de vista de quien la ha creado, o quien enuncia. Por ello el nivel terciario se refiere más a las búsquedas de los modos de construcción del pensamiento social, como elementos identificatorios de un colectivo, “micro procesos imaginarios” (pág. 21), en palabras del autor, que van dando las pautas para la interpretación de croquis urbanos, mapas de evocación de la ciudad, de mayor escala y que son resultado de percepciones más bien inconscientes, las cuales son afectadas por cruces fantasiosos de su construcción social: “lo que se imagina colectivamente como realidad para a ser la misma realidad socialmente construida” (Silva A. , 2006, pág. 25).

Acá se da un punto de encuentro con la perspectiva que se propone desde la geografía humanística, en la que convergen formas de vivir y simbolizar el lugar a partir de los sujetos y su interrelación con su entorno, construyendo formas de interpretación y resignificación del mundo, que son dinámicas, cambiantes, como los imaginarios, los cuales llevan a definir croquis ciudadanos: percepciones territoriales de lugares tal y como los sueñan, imaginan, narran, apropian y transforman sus pobladores. Esta convergencia con la perspectiva de lugar patrimonio que se ha propuesto desde nuevas lecturas de la ciudad (Van Der Hammen et al., 2011), plantea una nueva forma de relacionamiento de los habitantes con su lugar, que incluye procesos lógico – racionales, de percepción, de sensaciones y emociones que enriquecen y complejizan estas formas de comprensión del mundo. Dichos micro procesos imaginarios, van construyendo itinerarios colectivos, formas sociales de sentir de los grupos, los cuales van delineando las diversas y ricas formas en que se manifiestan las culturas urbanas. Por tanto, desde este enfoque, no hay una pretensión por establecer teorías o modelos, sino de comprender ciertas visiones del mundo en lugares, en tiempos y grupos concretos; de brindar algunos aportes desde una perspectiva fenomenológica del lugar turístico contemporáneo. El enfoque metodológico da cuenta entonces de estas formas particulares y concretas de sentir, percibir, imaginar, evocar la ZIT Usaquéen por parte de sus habitantes, para desde allí, reflexionar sobre estas manifestaciones del turismo. A partir del levantamiento de la información primaria, se analizan sus contenidos imaginarios relacionados con tres categorías que se han adaptado a partir de la metodología propuesta por Silva (2006).

5.3. Los imaginarios de los habitantes de la ZIT Usaquéen

Para el abordaje de los imaginarios sociales, se adaptó la metodología de Silva (2006), que busca comprender las maneras de ser urbanos en lugares como la ZIT Usaquéen, que para nuestro caso está siendo transformado por el turismo. el análisis parte de dos ejes: la ciudad

física y la del deseo invisible, las cuales conviven simultáneamente. Este enfoque responde a tres modos de ser en el pensamiento, tres órdenes de inscripción psíquica (Peirce, citado por (Silva A. , 2006, pág. 23)) y (Restrepo M. citada por (Silva A. , 2006, pág. 16)), y que el autor las ha adaptado para su teoría de los imaginarios urbanos: la primeridad, lo imaginario; la segundidad, lo real; y la terceridad, producto de la combinación de las dos anteriores, lo simbólico. En el análisis de los imaginarios urbanos que se ha adaptado para la comprensión de lugar turístico contemporáneo, se incorpora dicha perspectiva triádica a partir de tres categorías: El lugar, las prácticas sociales de los habitantes y las otredades o interrelación entre los turistas y los visitantes.

El lugar a su vez se divide triádicamente en: cualidades, calificaciones y lugares de encuentro. Las prácticas sociales de los habitantes se han dividido en: los vínculos con el lugar; los tiempos, las marcas y ritos y las rutinas. Las otredades, se han dividido en: afinidades, lejanías y anhelos.

Ilustración 109 Metodología adaptada de Silva (2006) para el análisis de los imaginarios de los habitantes de la ZIT Usaquén



Fuente: Elaboración propia con base en el diseño de la encuesta, basada en la metodología de Silva (2006)

A continuación, se explican cada una de estas categorías.

El lugar:

Para la ZIT Usaquén, se identifica como aquel en el que sus habitantes establecen profundos vínculos, dada su cotidianeidad, sus prácticas sociales de tiempo libre, tiempo de trabajo, desplazamientos y actividades que en general desarrollan allí. Esta categoría a su vez se subdividió en tres sub categorías:

Cualidades urbanas: La primera se enfoca en comprender e identificar la manera como los habitantes, perciben sienten y aprehenden ciertas características que les permiten de manera subjetiva vivenciar su lugar a través de imágenes, hitos, colores, olores y sabores; captar los tiempos del día con los que identifican el lugar y los principales sitios con los que más se identifican.

Calificaciones urbanas: La segunda subcategoría busca captar las percepciones y emociones de los habitantes sobre la manera como el turismo está impactando o no su lugar de vida. Estas calificaciones conllevan una calificación subjetiva, bien sea positiva o negativa, así como la manera como ellos captan las fortalezas y problemáticas asociadas a contaminación auditiva, visual, por congestión, etc., que el turismo pueda o no estar generando. En estas calificaciones también se considera la manera como ellos jerarquizan en orden de importancia las fortalezas y problemáticas que pueda tener su lugar, y la gestión de algunos aspectos relacionados con servicios y facilidades que pueden llegar a afectar su calidad de vida.

Lugares de encuentro: La tercera sub categoría se enfoca en la identificación de los lugares de encuentro de los habitantes, aquellos que frecuenta socialmente, las calificaciones sobre sitios puntuales asociados al miedo, a la seguridad, al más o menos agradable, a aquellos vinculados con buenos o malos olores, etc. Estas cualidades que ellos perciben también

denotan sus mapas perceptuales sobre las maneras diversas de moverse e identificar sus espacios, construyendo desde sus percepciones múltiples croquis urbanos.

Prácticas sociales de los habitantes

Las prácticas sociales se refieren a maneras particulares con las que en este caso se identifican los habitantes de la ZIT Usaquén, que obedecen a procesos de adaptación colectiva, las cuales son recurrentes, pero a la vez son dinámicas, se modifican permanentemente dados los procesos de cambio cultural a los que se ven enfrentados las sociedades contemporáneas. Esta categoría se divide en tres sub categorías:

Los vínculos con el lugar: está asociada a los vínculos con el lugar, desde la perspectiva de su morada, de su hogar o el lugar en dónde vive, con quién habita, si es un lugar propio o no, si quiere seguir viviendo en la zona, su grado de vínculo afectivo con el sitio y cómo percibe sus cambios más significativos de los últimos quince años.

Tiempos, marcas y ritos en el lugar: La segunda sub categoría busca conocer cómo los habitantes disfrutan de su tiempo libre, a través de las principales actividades que les gusta hacer en la zona, qué lugares visitan más, a partir de como el lugar se muestra y como sus habitantes la perciben e interpretan.

Rutinas: asociada también a los croquis urbanos, en los que se busca comprender cómo los habitantes se desplazan habitualmente, cómo conciben los límites simbólicos de esos desplazamientos en la zona, cómo conforman sus propias trayectorias sobre su lugar.

Otredades: interrelación con los turistas y visitantes.

En esta última categoría, se busca comprender cómo los habitantes se imaginan que los ven los de otros lugares, cómo califican las prácticas turísticas en el lugar y a los turistas, aquel

que llega a ocupar su lugar de vida para compartirlo, disputarlo o usurparlo. Es el punto de vista del habitante con el lugar que habita, sueña, vive, en relación con aquel que llega a experimentar su sitio, generando nuevas dinámicas y prácticas sociales en este. Esta perspectiva se basa además en el enfoque de la geografía humanística al asumir a ese otro, como aquel que ocupa temporalmente mi lugar de vida: el turista, dado que quien lo habita es quien lo defiende, sueña, y genera vínculos y sentidos de y con ese lugar. Se plantea entonces a ese otro como el extranjero o turista desde la defensa del lugar – patrimonio que proponen Van Der Hammen y Palacio (2006).

Las prácticas turísticas han generado una presencia permanente de personas “extrañas” al lugar, esos “otros”, los cuales le visitan de manera temporal, pero al llegar de manera masiva y sistemática durante los fines de semana, han venido generando profundos cambios y transformaciones en la zona, como veíamos en el capítulo anterior. En esta categoría se busca comprender cómo perciben los habitantes a esos Otros, los turistas (aquellos que pernoctan allí) y los visitantes (aunque no pernoctan visitan la zona por un periodo corto de tiempo). Esta categoría esta a su vez sub dividida en tres subcategorías.

Afinidades: se busca identificar cómo los habitantes perciben su lugar en función de otros lugares de la ciudad y del mundo. Para ello, se indaga por aquellos que les generan competencia, y cómo creen que es percibida por los turistas, buscando captar adjetivaciones asociadas a valores positivos o negativos sobre el lugar.

Lejanías: busca comprender el grado de satisfacción de los habitantes de la ZIT Usaquéen frente a las prácticas turísticas, en las que lo experiencial media entre unos y otros. Para ello se indaga sobre su percepción frente a los posibles impactos que genera la llegada masiva de esos Otros, los cambios y transformaciones en la corporalidad del mismo y en sus prácticas cotidianas de trabajo y tiempo libre.

Anhelos: busca captar los deseos profundos de los habitantes, asociados a una perspectiva de lo posible, de la captación de anhelos asociados al pasado y cómo sueñan a futuro su lugar de vida.

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta, según estas tres categorías y cruzando algunas preguntas con las variables estrato socio económico e identidad de género. Es importante resaltar que los puntos de vista de los habitantes, también son contruidos desde el lugar que ocupan material y simbólicamente en el mundo, lo cual permite analizar diversos sentidos que van contruyendo en función de las variables analizadas.

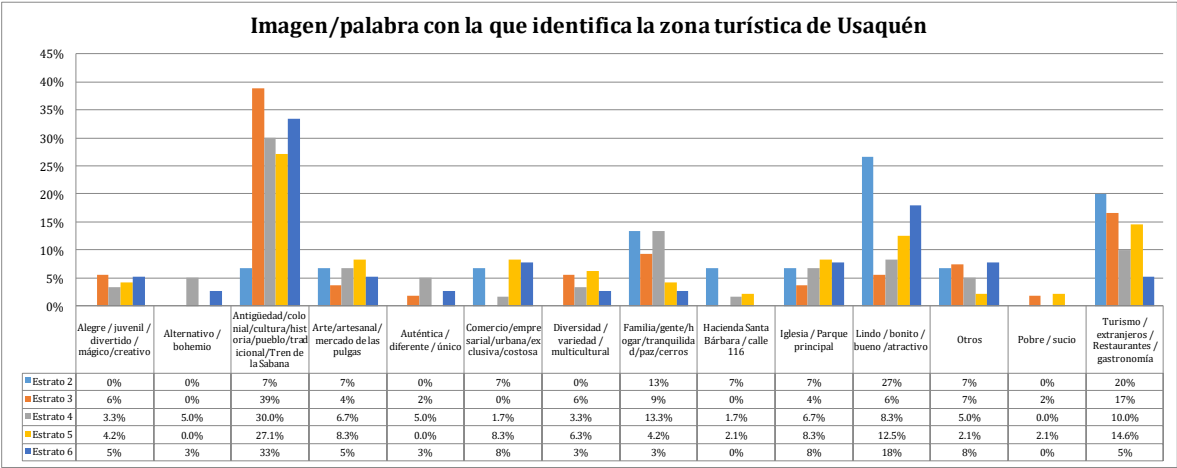
5.3.1. Lugar: la ZIT Usaqué

Las gráficas a continuación corresponden al cruce realizado contra la variable estrato de vivienda. Del total de habitantes encuestados, el 7% corresponde al estrato 2; el 25% corresponde al estrato 3; el 28% corresponde al estrato 4; un 22% corresponde al estrato 5; y 18% corresponde al estrato 6.

5.3.1.1 Cualidades urbanas

Cualidades urbanas de la ZIT de Usaqué versus estrato

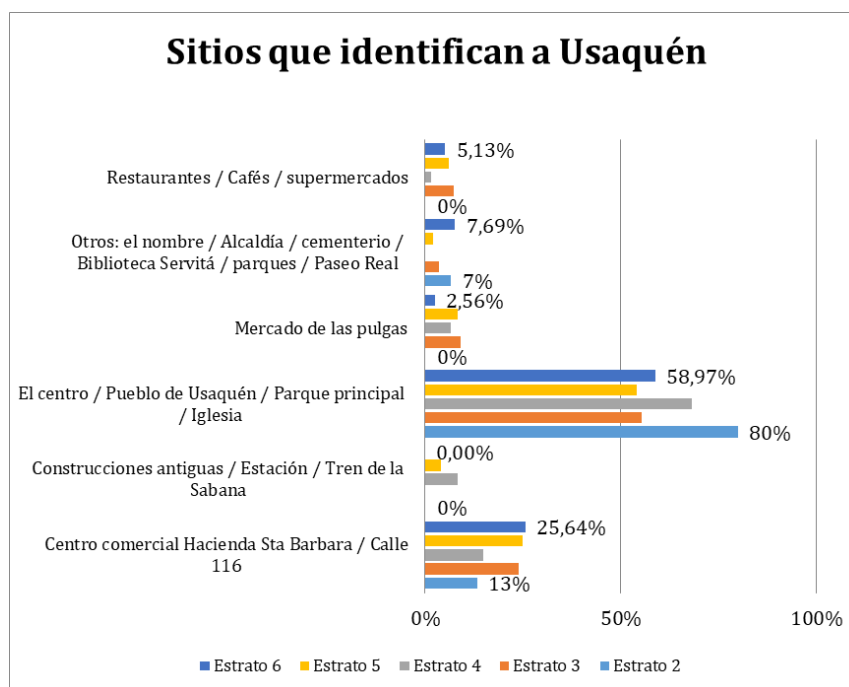
Ilustración 110 Imagen palabra con la que asocian la ZIT Usaquéen versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen.

La imagen o palabra con la que cuatro de los cinco estratos socio económicos de los habitantes identifican la ZIT Usaquéen, corresponde a la relacionada con antigüedad, colonial, cultura, historia, pueblo, tradicional y tren de la Sabana, con los siguientes porcentajes: 39% de las personas en estrato 3; 30% de las personas en el estrato 4; 27% de las personas en el estrato 5; 33% de las personas en el estrato 6. Para el 27% de las personas en el estrato 2, lo más significativo es su identificación con lindo, bonito, bueno, atractivo y como segunda opción para los estratos 2 al 5 es la asociación a turismo, extranjeros, restaurantes y gastronomía.

Ilustración 111 Sitios con los que identifican la ZIT Usaquéen versus estrato

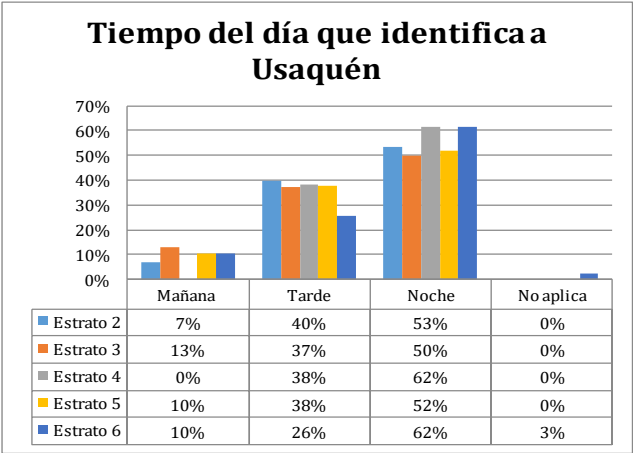


Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

El sitio con el que cinco grupos socio económicos más identifican a la ZIT Usaquéen, es el centro del pueblo, el parque principal y la iglesia. Los porcentajes se distribuyen así: 80% de las personas del estrato 2; 56% de las personas del estrato 3; 68% de las personas del estrato 4; 54% de las personas del estrato 5; y 59% de las personas del estrato 6. La segunda respuesta con mayor puntaje, es la correspondiente a Centro comercial Hacienda Santa Bárbara, calle 116, calle 127, Centro comercial Unicentro con los porcentajes más altos encontrándose en los estratos 3 con 24%; 5 con 25%; y 6 con 25,6%. El tercer sitio con el que asocian a la ZIT Usaquéen, se dispersa entre aquellos que ya fueron identificados, pero incluyen los restaurantes, bares y la zona turística. Llama la atención que en las tres priorizaciones de sitios con los que identifican a Usaquéen, no aparezcan con mucha fuerza, los mercados de las pulgas, que son los que generaron las visitas de fin de semana de los turistas. Es decir, contrasta con la principal motivación de los turistas. Además, el sitio más identificado coincide con la imagen o palabra que asocian con la zona, destacándose aquellos valores relacionados con su patrimonio cultural, con algunos bienes de interés cultural, todo

ello en función especialmente de su pasado colonial, si bien este se ha venido perdiendo justamente por las propias dinámicas inmobiliarias de cambio asociadas al turismo, como se describía en el capítulo anterior.

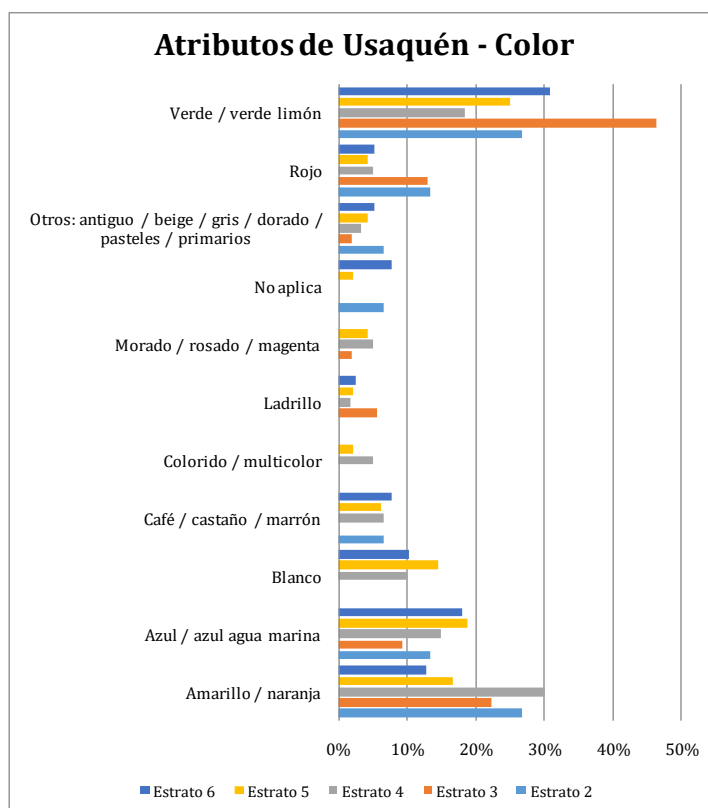
Ilustración 112 Tiempo del día con el que identifican la ZIT Usaquéen versus estrato



Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

El tiempo del día con el que los diferentes grupos de estratos de habitantes identifican a la ZIT Usaquéen, es la noche: el estrato 2 con 53%; estrato 3 con 50%; estrato 4 con 62%; estrato 5 con 52% y estrato 6 con 62%; posteriormente, siguen en concentración de datos aquellos que identifican la Zona con la tarde. Esta percepción coincide con las dinámicas de negocios como cafés, restaurantes y bares que han venido apareciendo de manera progresiva y ascendente en la zona, cambiando el uso residencial por el comercial.

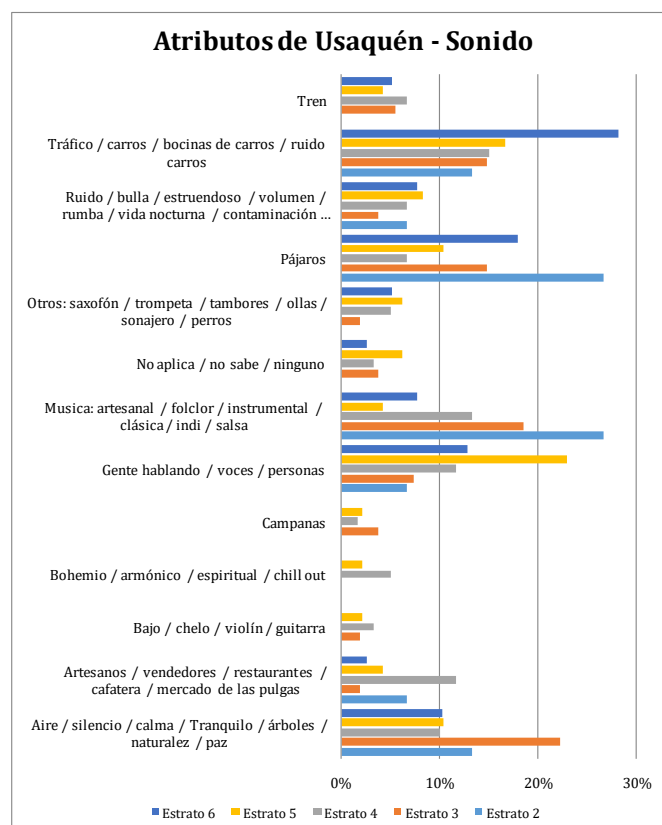
Ilustración 113 Atributos con los que identifican la ZIT Usaquéen: Color versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

27% de las personas en el estrato 2, identifican a la ZIT Usaquéen con el color verde, seguido del estrato 3 con 46%; el 25% del estrato 5; y 31% del estrato 6. Tan sólo en el caso del estrato 4, el porcentaje mayor cambia al color amarillo o naranja con un 30% y el estrato 2 nuevamente con 27%. Posiblemente esta percepción se deba a la ubicación de la zona en los cerros orientales de la ciudad, dado que la cobertura vegetal dentro de la misma no es tan significativa, si bien hay parques en las áreas residenciales mejor conservadas, las cuales se encuentran un poco distanciadas de la plaza central que se constituye en el nodo principal.

Ilustración 114 Atributos con los que identifican la ZIT Usaquéen: Sonido versus estrato

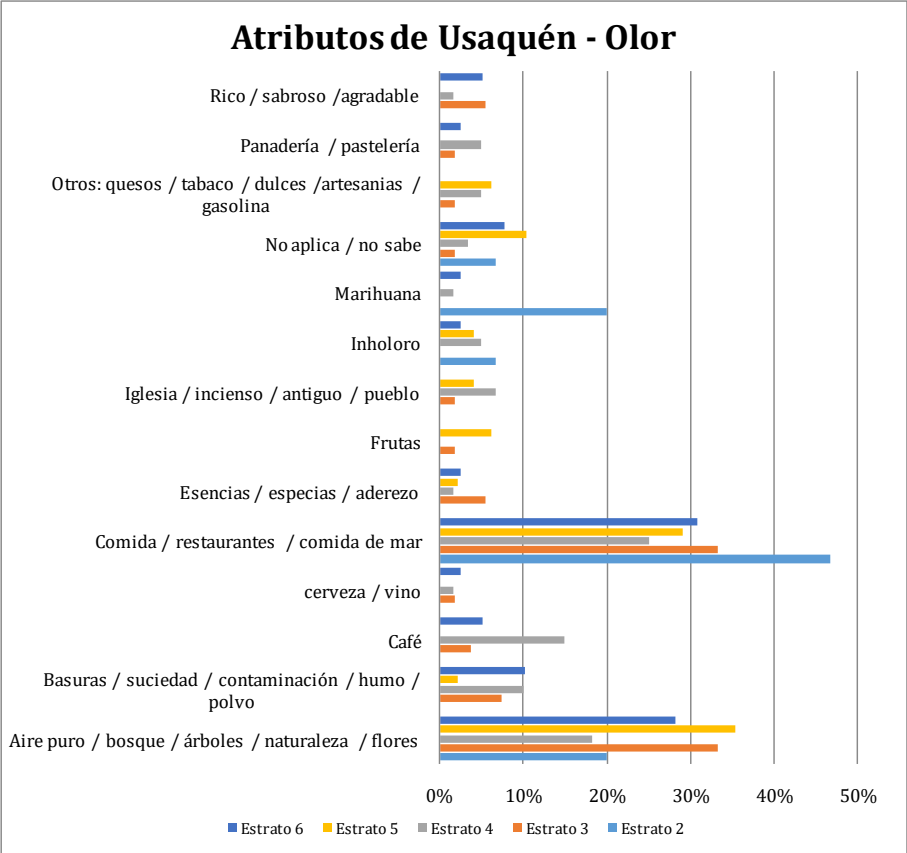


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

El sonido con el que los diferentes estratos asocian a la ZIT Usaquéen, varía en los porcentajes más significativos: para el estrato 2, el 27% se identifica con el sonido de los pájaros, mientras que otro 27% con música: artesanal, folclor, instrumental, clásica, indi, salsa; el 22% del estrato 3, con aire, silencio, calma, tranquilidad, árboles, naturaleza y paz; el estrato 4, con 15%, identifican el tráfico, carros, bocinas, ruido de carros; en el estrato 5 un 23%, se identifica con el sonido de gente hablando, voces, personas; y un 28% del estrato 6, con tráfico, carros, bocinas, ruido de carros. Si se cruza la localización general por estrato, los más altos están ubicados en las zonas más centrales, y en los ejes articuladores de esta con el centro comercial hacienda Santa Bárbara, así como en las áreas que más se han transformado en los últimos años, en donde actualmente hay una gran concentración de oferta comercial; todo lo cual ha venido generando mayor impacto por ruido, tráfico y

vendedores ambulantes, especialmente durante el fin de semana y en las horas de la noche. Como se evidencia en los cambios de uso residencial a comercial, se está dando un proceso de gentrificación, o de cambio de vivienda de dos pisos a una alta edificabilidad, con presencia de más de seis pisos en áreas que antes no tenían este tipo de estructuras.

Ilustración 115 Atributos con los que identifican la ZIT Usaquéen: Olor versus estrato



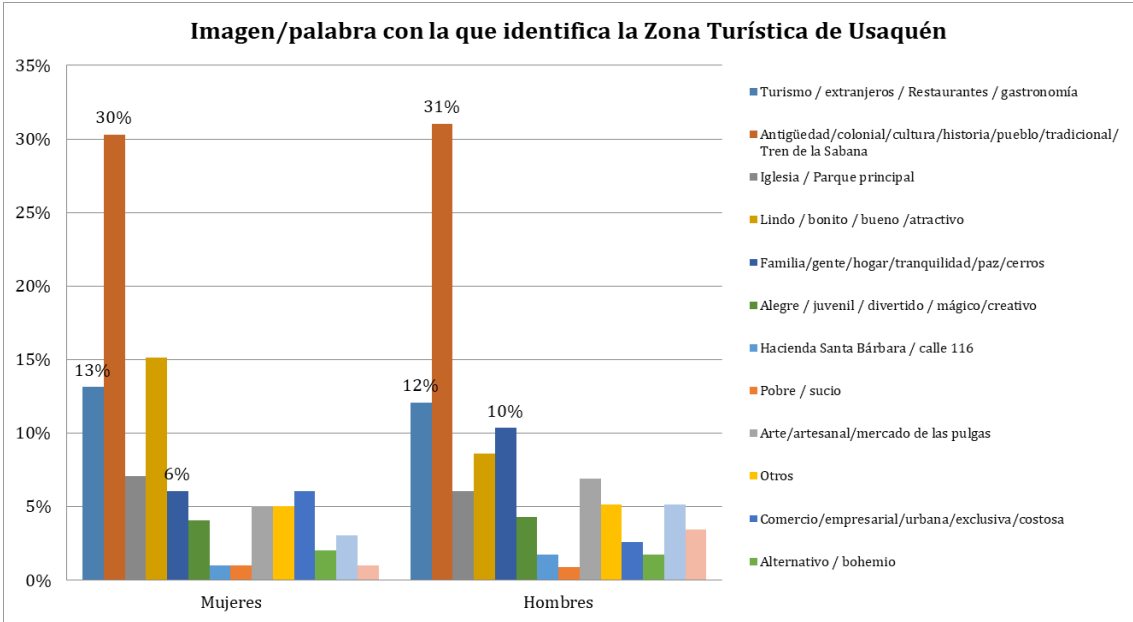
Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

Para los estratos 2, 3, 4 y 6, el olor con el cual identifican a la ZIT Usaquéen es el que corresponde a comida, restaurantes, comida de mar, esto último surge como un nuevo imaginario en una ciudad de montaña, con los siguientes porcentajes respectivamente 47%, 33%, 25% y 31%. El estrato 4 con un 28%; el estrato 5 con 35% y el estrato 3 con otro 33%, identifican el olor a aire puro, bosque, árboles, naturaleza, flores, cualidades de las áreas más

residenciales y lejanas del centro histórico y en las que hay presencia de zonas verdes, parques y mayor arborización.

Cualidades urbanas de la ZIT de Usaqué versus género

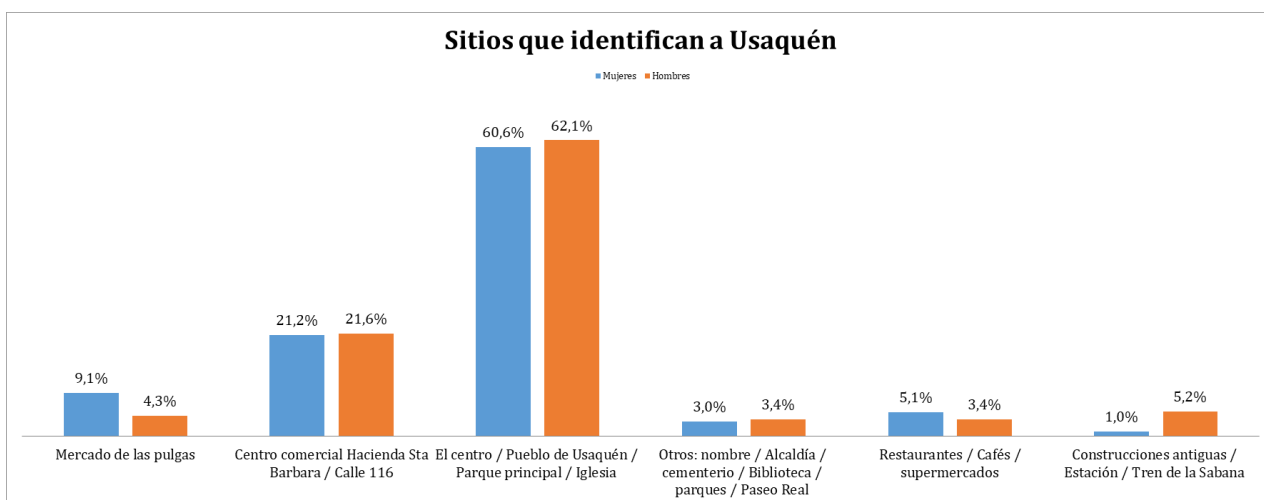
Ilustración 116 Imagen/palabra con la que identifica la ZIT Usaqué versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaqué

De acuerdo con las respuestas obtenidas, tanto hombres (31%) como mujeres (30%,) coinciden en que las palabras con las que más identifican la ZIT Usaqué son todas aquellas relacionadas con la historia y el patrimonio cultural; entre ellas tradición, pueblo y colonial. Seguido de estas, las respuestas de ambos géneros (13% mujeres y 12% hombres) tienden a relacionar el sector servicios como característico de la ZIT Usaqué con palabras como Turismo, Extranjeros, Restaurantes y Gastronomía. Finalmente, hombres y mujeres difieren en cuál sería un tercer grupo de palabras sobresalientes que identifiquen esta zona: las mujeres utilizan palabras ligadas a la estética como Lindo, Bonito y Atractivo, mientras que los hombres se inclinan por palabras como Familia, Gente, Hogar y Tranquilidad.

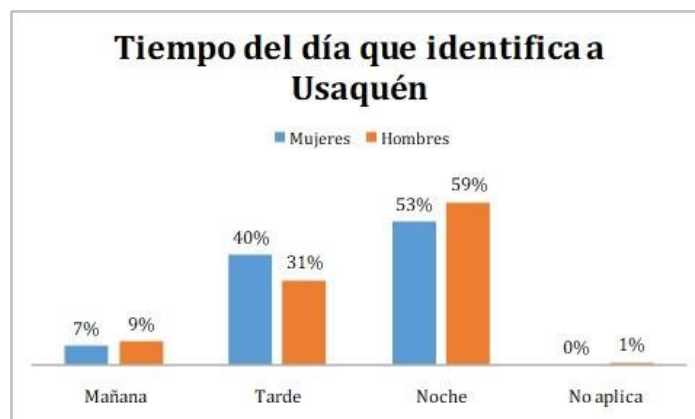
Ilustración 117 Sitios que identifican Usaquéen versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

Tanto para hombres como para mujeres, El Centro, El Pueblo de Usaquéen, el Parque Principal y la Iglesia, son los sitios que más identifican la ZIT Usaquéen con un 62,1% y un 60,6% respectivamente. Un comportamiento de respuesta similar ocurre con el segundo grupo de lugares que identifica esta Zona de Interés Turístico; los hombres con un 21,6% y las mujeres con un 21,2% indicaron que el Centro Comercial Hacienda Santa Bárbara y la Calle 116. Finalmente, el tercer lugar con que más identifican a Usaquéen ambos géneros, es el Mercado de las Pulgas, seguido de Restaurantes y Cafés y otros sitios propios de la ZIT, como la Alcaldía de Usaquéen, el Cementerio, la Biblioteca y los Parques.

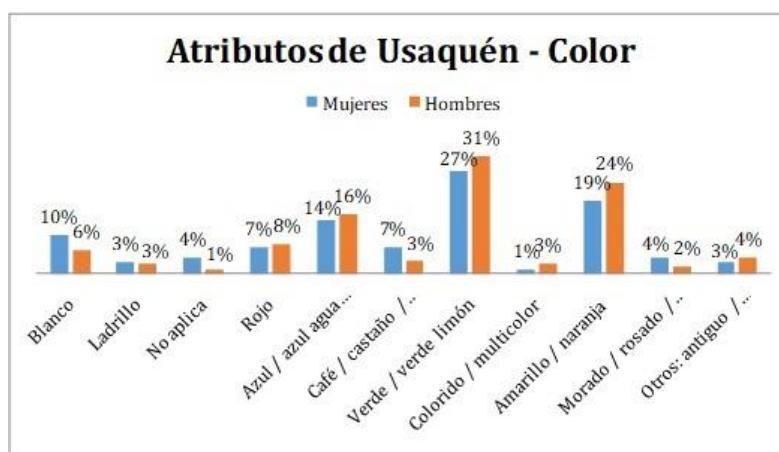
Ilustración 118 Tiempo del día que identifica a la ZIT Usaquéen versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en Septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

Mujeres y hombres coinciden en identificar a la ZIT Usaquéen con la noche, con un 53% y 59% respectivamente; en segundo lugar, es identificado con la tarde con 40% y 31%, respectivamente.

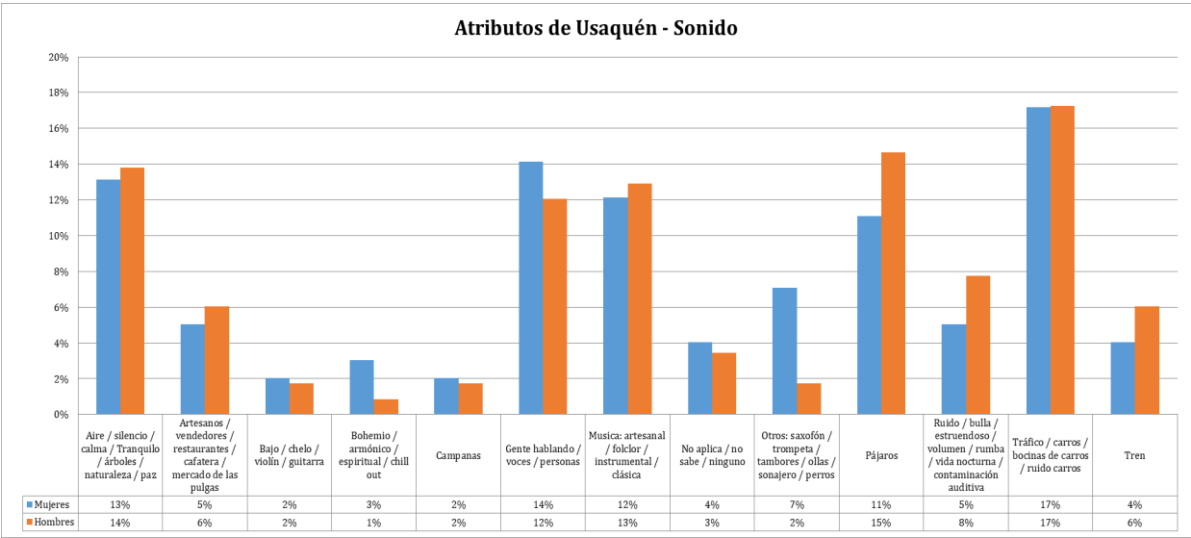
Ilustración 119 Atributos de la ZIT Usaquéen – Color versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

La identificación por géneros no muestra una dispersión significativa, al identificarse en general con similares colores: tanto mujeres como hombres identifican a la ZIT Usaquéen con el verde con un 27% y un 31% respectivamente; en segundo lugar, 19% de las mujeres, y 24% de los hombres lo identifican con la gama relacionada con amarillo, naranja. En colores como blanco, café, morado/rosado, el porcentaje de las mujeres es mayor al de los hombres.

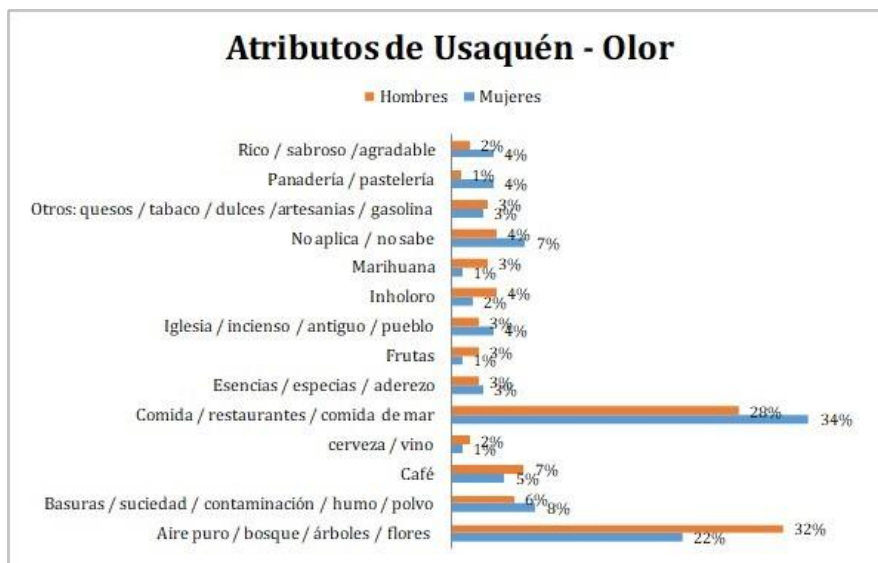
Ilustración 120 Atributos de la ZIT Usaquéen – Sonido versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuestas en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

Un 17% tanto de las mujeres como de los hombres, identifica el sonido de la ZIT Usaquéen con carros, bocinas, tráfico, ruido de carros. Un 14% de las mujeres identifica el sonido de gente, personas hablando; comparado con un 15% de los hombres que lo identifica con el sonido de pájaros. El resto de los porcentajes no tienen pesos significativos y en general se comparten relativamente igual las percepciones de hombres y mujeres. Sumando los porcentajes de mayor peso, la mayor identificación de sonido es con ruido, tráfico, etc., lo cual coincide con el cambio abrupto de los últimos años, en los que las dinámicas turísticas vienen transformando significativamente la zona.

Ilustración 121 Atributos de la ZIT Usaquéen – Olor versus género



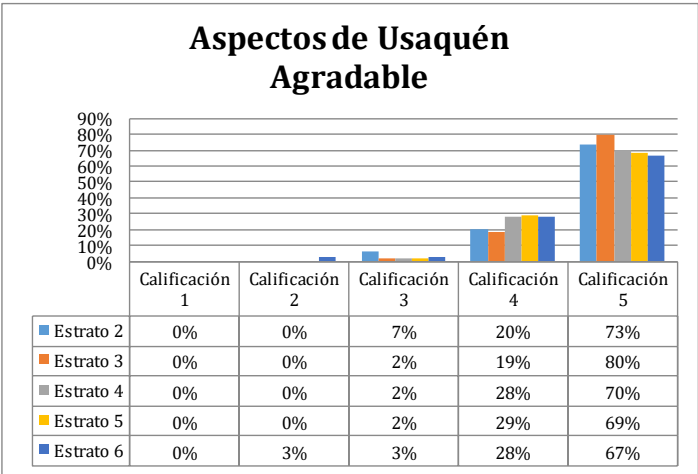
Fuente: elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

Un 34% de las mujeres y un 28% de los hombres identifican a la ZIT Usaquéen con el olor de la comida, restaurantes, comida de mar. En contraste el segundo porcentaje más alto, para los dos grupos corresponde a aire puro, bosque, árboles, flores con 22% de las mujeres y 32% de los hombres optando por esta respuesta.

5.3.1.2 Calificaciones urbanas

Calificaciones urbanas de la ZIT de Usaquén versus estrato

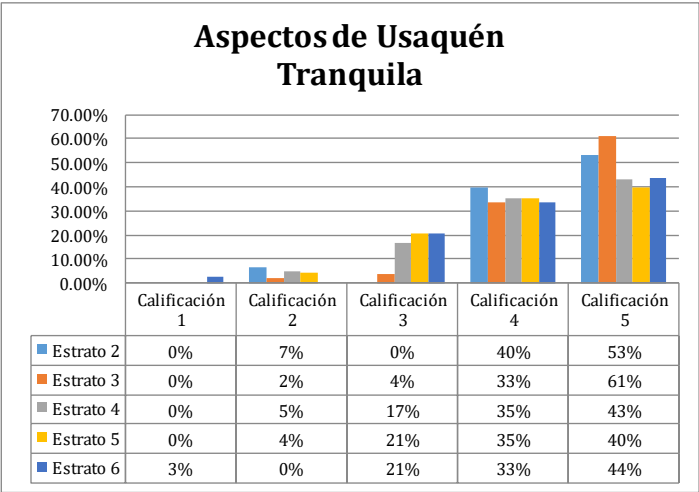
Ilustración 122 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquén: agradable versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquén

La calificación de la ZIT Usaquén, como agradable, recibe por parte de los cinco estratos identificados, la calificación de 5 sobre 5, en sus porcentajes más altos de respuesta. El mayor porcentaje corresponde al estrato 3 con 80%, le sigue el estrato 2 con un 73%; posteriormente el estrato 4 con un 70%, el estrato 5 con un 69% y el estrato 6 con un 67%, mostrando alta concentración de los datos. Se evidencia que, si bien la zona se ha transformado significativamente en los últimos años, los habitantes la siguen percibiendo como agradable.

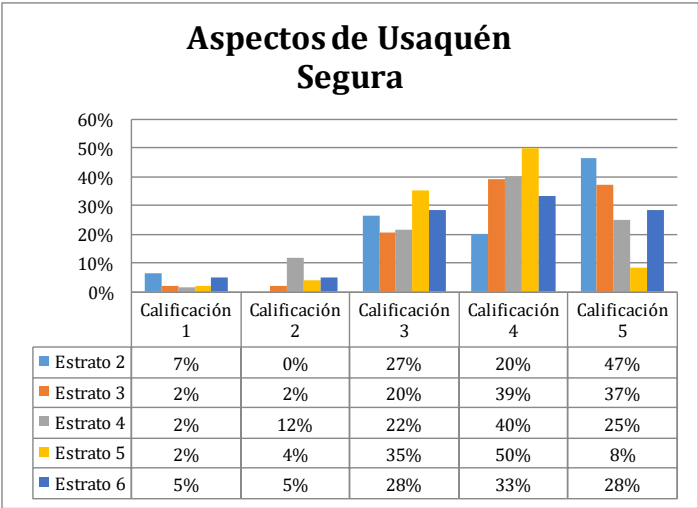
Ilustración 123 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: tranquila versus estrato



Fuente: elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

La ZIT Usaquéen es calificada como tranquila, por los mayores porcentajes de respuesta, 5 sobre 5, para todos los estratos. El mayor porcentaje de respuesta corresponde al estrato 3 con 61%, seguido del estrato 2 con un 53%, el estrato 6 con un 44%, el estrato 4 con un 43% y el estrato 5 con un 40%. Al igual que en la anterior respuesta, hay alta concentración de respuesta entre la calificación 4 y 5, que suman más del 70% entre las dos, lo que significa que hay una alta percepción de que la zona es muy tranquila.

Ilustración 124 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Segura versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

La seguridad en la ZIT Usaquéen es percibida con una calificación que se dispersa entre 3, 4 y 5, en donde la mayor concentración está hacia la calificación 4, por los estratos 3, 4 y 5. Sin embargo, el estrato 2 la califica con un 47% como muy segura.

Se quiso contrastar la percepción de los habitantes sobre la seguridad contra los datos objetivos reportados por la Secretaría de Gobierno. A continuación, se muestran los datos de algunos de los principales indicadores relacionados con delitos en la zona:

Ilustración 125 Frecuencia de hurtos por año



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Secretaría de Gobierno - CEACSC, 2016.

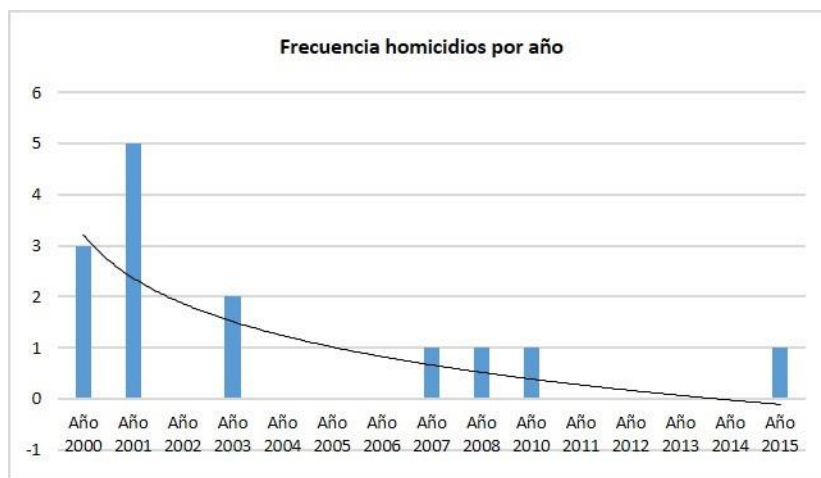
Entre el año 2003 y el 2015, se registraron un total de 341 casos de hurto, de los cuales la mayoría ocurrieron en el 2010 (55); seguido por el 2003 y el 2006, con 47 y 43 hurtos respectivamente. En este mismo orden de ideas, durante el 2005 se presentaron 39 casos de hurto, 35 durante el 2004, 34 durante el 2009, 28 en el 2008, 24 en el 2012 y 20 en el 2011. Cabe resaltar que, con un total de 13 casos en el año 2013, se evidencia una reducción notable en las cifras en comparación con los años pasados; sin embargo, esta tendencia a la disminución en el número de hurtos, es más notable durante los últimos 2 años, ya que en el 2014 solo se presentó 1 caso y 2 en el 2015.

Ilustración 126 Homicidios y hurtos 2000 -2015



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Policía Metropolitana de Bogotá, 2016.

Ilustración 127 Frecuencia de homicidios por año



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Secretaría de Gobierno - CEACSC, 2016.

Entre el año 2000 y el 2015, se registraron un total de 14 homicidios, de los cuales la mayoría ocurrieron en el 2001 (5); seguido por el 2000 y el 2003, con 3 y 2 homicidios respectivamente. Así las cosas, durante los años 2007, 2008, 2010 y 2015; se registró una disminución en el índice de homicidios, con solo 1 caso por cada año. Cabe destacar que, en el año 2002 y en los periodos comprendidos entre el 2004 – 2006 y 2011 – 2014, no se presentó ningún caso de homicidio en la zona.

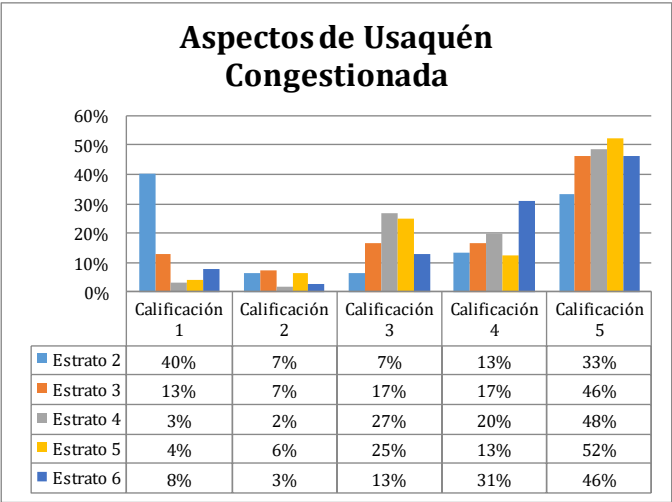
Ilustración 128 Homicidios 2000-2015



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Secretaría de Gobierno - CEACSC, 2016.

Comparando percepción versus datos objetivos, se evidencia que hay coincidencia entre lo que consideran los habitantes de la zona, dado que en general la califican como segura, versus los delitos que se presentan, los cuales vienen disminuyendo en el periodo analizado.

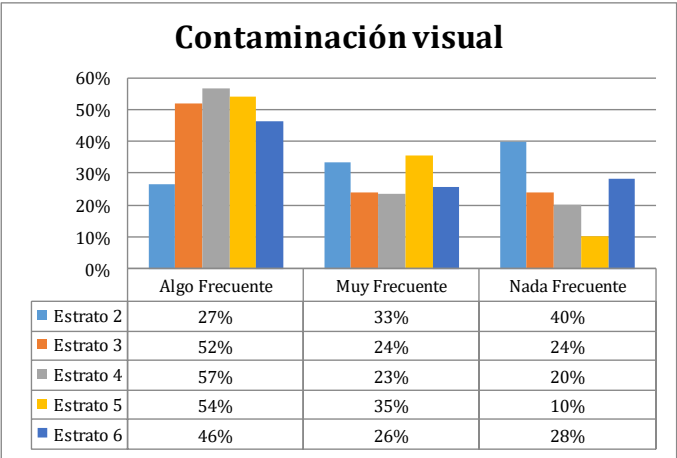
Ilustración 129 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Congestionada versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

El 40% del estrato 2, califica con 1 sobre 5, el aspecto de congestión; sin embargo, el 33% del mismo estrato lo califica con 5, lo cual muestra una fuerte dispersión de la calificación. los demás estratos califican con 5 mayoritariamente, así: el estrato 3 con un 46%; el estrato 4 con un 48%; el estrato 5 con un 52% y el estrato 6 con un 46%. El resto de los pesos de estos estratos se distribuyen entre las calificaciones 3 y 4, con porcentajes que van desde el 13% hasta el 27%. Por lo tanto, en general se percibe como congestionada por la mayoría de los habitantes.

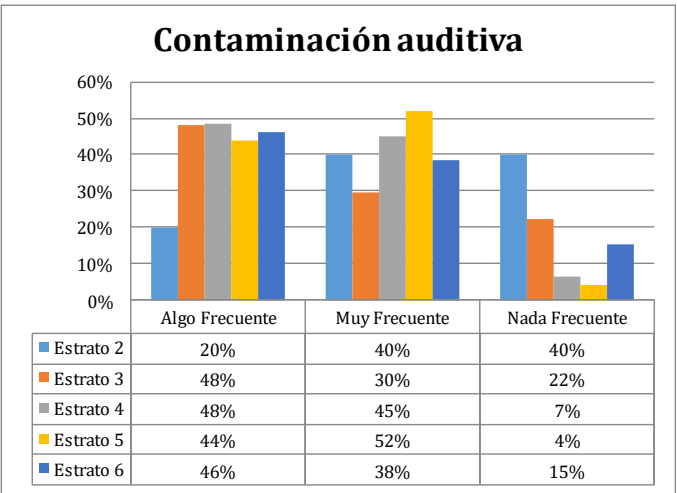
Ilustración 130 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquén: Contaminación visual versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquén

La contaminación visual es considerada como algo frecuente por los estratos: 3, con 52%; 4 con 57%; 5 con 54%; 6 con 46%. El estrato 2 la considera nada frecuente con un 40%. El muy frecuente es calificado por todos los estratos entre un 23 y un 33%. Sumando los porcentajes, los mayores datos si identifican la zona con problemas de contaminación visual.

Ilustración 131 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquén: Contaminación auditiva versus estrato

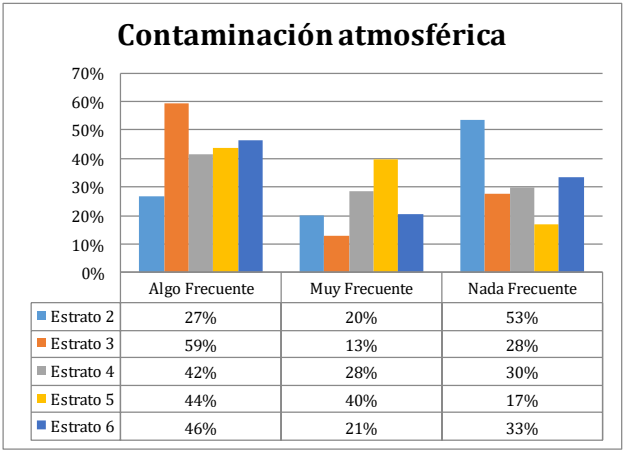


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquén

La contaminación auditiva, para el estrato 2, se divide en dos respuestas, las cuales se contradicen: muy frecuente y nada frecuente, con 40% para cada una. Los estratos 3 y 4, con

48% 5 con 44% y 6 con 46%, la consideran algo frecuente. Para muy frecuente, también se presentan porcentajes muy altos: el 2 con 40%, el 3 con 30%, el 4 con 45%, el 5 con 52%, y el 6 con 38%. Es decir que más del 60% de los habitantes, en todos los estratos consideran que la contaminación auditiva está entre algo y muy frecuente. Esta valoración coincide con el sonido que más identifica a los habitantes de la zona, como lo veíamos anteriormente.

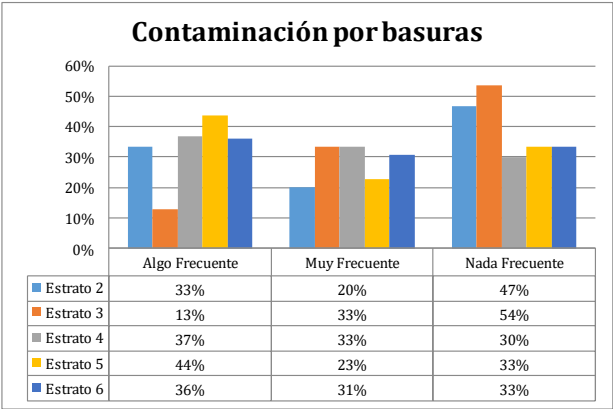
Ilustración 132 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación atmosférica versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

La contaminación atmosférica es considerada como nada frecuente, con 53%, por el estrato 2; los demás estratos socio económicos la califican como algo frecuente: el estrato 3 con un 59%, el 4 con 42%, el 5 con 44% y el 6 con un 46%. Los datos en general son muy dispersos entre las 3 respuestas, al considerar los estratos 3, 4 y 6 con más de un 30% que es nada frecuente. Sin embargo, si se suman los mayores porcentajes, los estratos 3 al 6 se concentran más entre algo y muy frecuente.

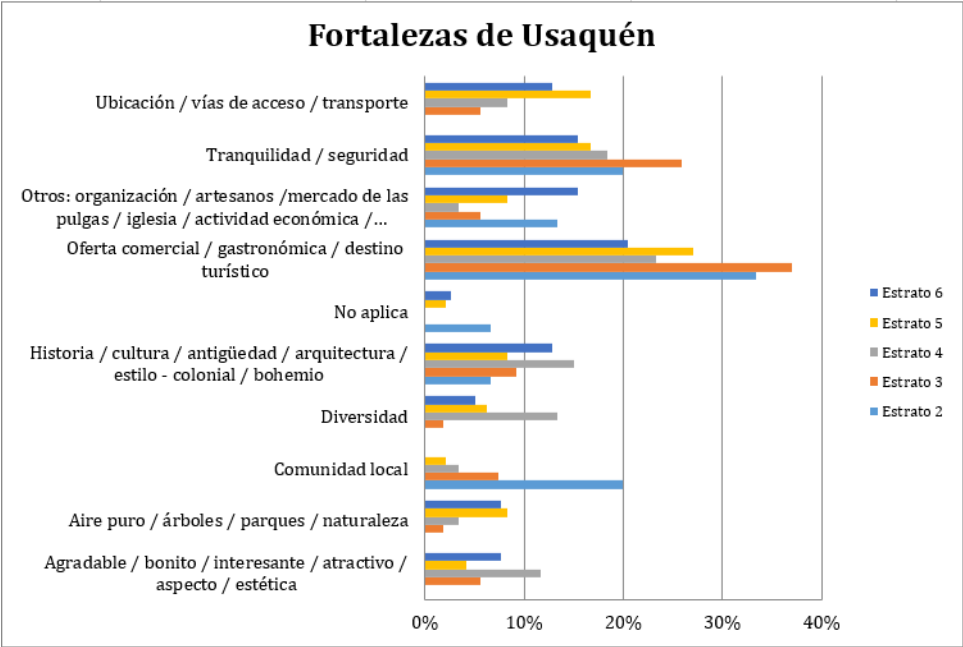
Ilustración 133 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación por basuras versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

Las respuestas de los habitantes sobre la contaminación por basuras, se distribuyen en general en las tres respuestas de manera proporcional, excepto los estratos 2 y 3, que consideran como nada frecuente con 47% y 54%, respectivamente. Mientras que los estratos 4,5 y 6 califican en este criterio con porcentaje aproximado a 33%. La percepción no se concentra mayoritariamente en una de las opciones.

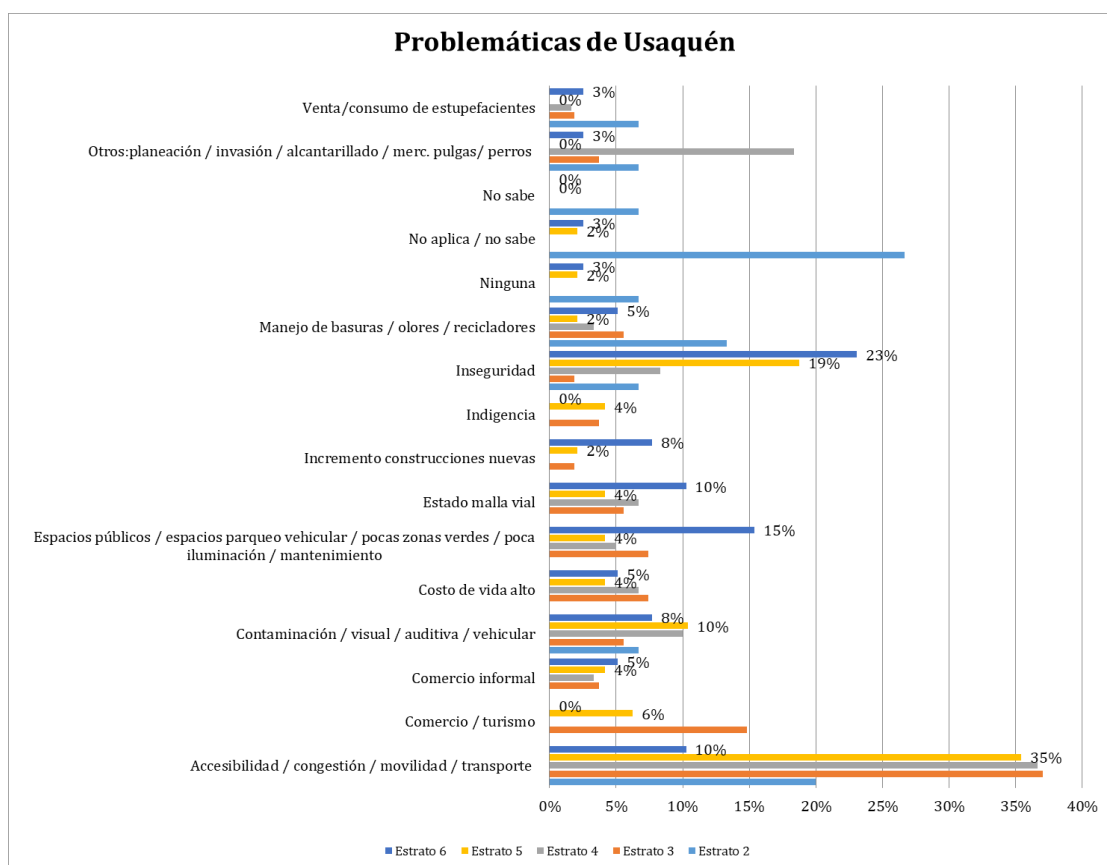
Ilustración 134 Fortalezas de Usaquéen versus Estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

De acuerdo con las respuestas de los habitantes, todos los estratos coincidieron en que las mayores fortalezas que tiene la ZIT Usaquéen son la Oferta Comercial y Gastronómica y que es un Destino Turístico. En una mayor proporción fueron los estratos 2 y 3 que con un 33% y 37% respectivamente eligieron esta respuesta. Algo similar ocurre con todos los estratos cuando coinciden en que la segunda más grande fortaleza de la ZIT Usaquéen es la Tranquilidad y la Seguridad de la Zona; también en esta ocasión es el estrato 3 quien con un 26% sobresale eligiendo estas fortalezas. El estrato 5 con un 16,7%, (igual porcentaje que en la respuesta Tranquilidad y Seguridad) escogió la Ubicación y las Vías de Acceso como una de las grandes fortalezas de la ZIT Usaquéen, mientras que el estrato 4 sobresalió con un 15% eligiendo la Historia, Cultura, Estilo Colonial, Arquitectura y Antigüedad.

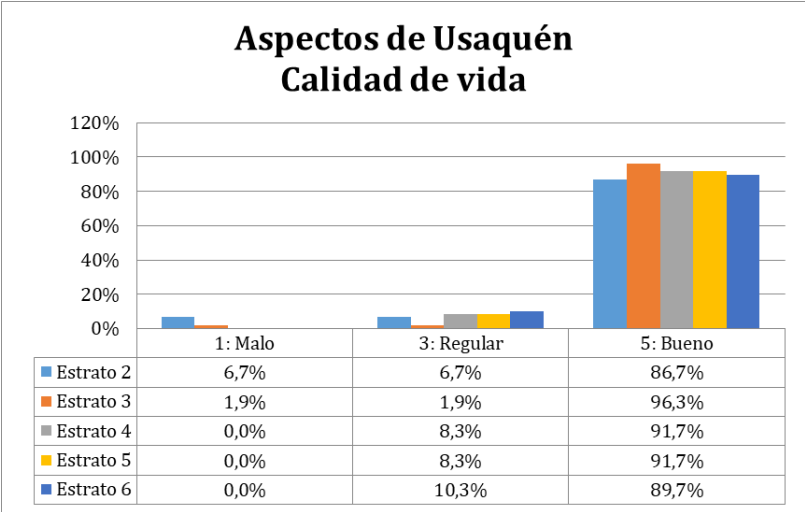
Ilustración 135 Problemáticas de Usaquéen versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

En esta ocasión, la problemática que obtuvo el porcentaje que más destaca para los Estratos 3, 4 y 5 fue el de la accesibilidad, la congestión, la movilidad y el transporte dentro de la ZIT Usaquéen, con 37%, 37% y 35% respectivamente. En el caso del Estrato 6, la mayor problemática es la Inseguridad en el sector con un 23%, respuesta con la que coincide el Estrato cinco con un 19%. Por su parte, el Estrato 2 indicó con un 13% que la mayor problemática es el manejo de basuras y residuos, los olores y la presencia de recicladores.

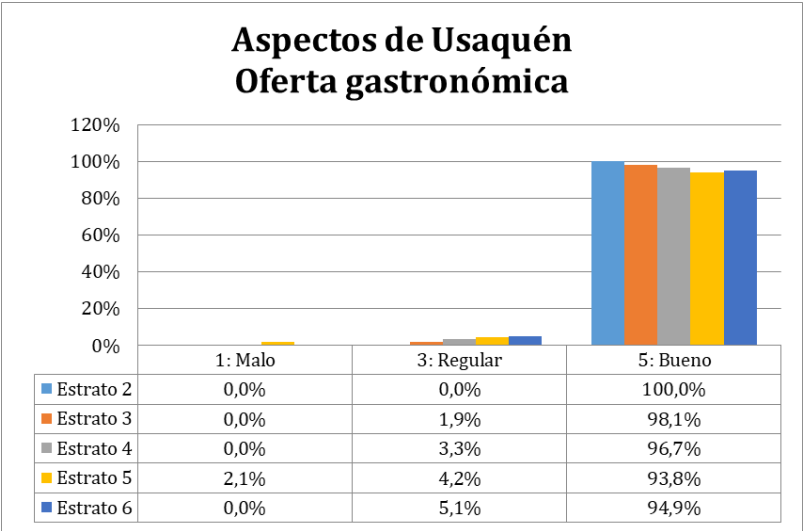
Ilustración 136 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Calidad de Vida versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

Los encuestados respondieron casi en su totalidad, que la Calidad de Vida en la ZIT Usaquéen es buena, dándole un puntaje de cinco. Tan solo el 6,7% del estrato 2 y el 1,9% del estrato 3 respondieron que es Mala y Regular en la misma medida, sin embargo, fue el estrato 3 quien respondió en mayor proporción que es Buena con un 96,3%. El estrato 6 fue el que más contestó que es Regular con un 10,3%.

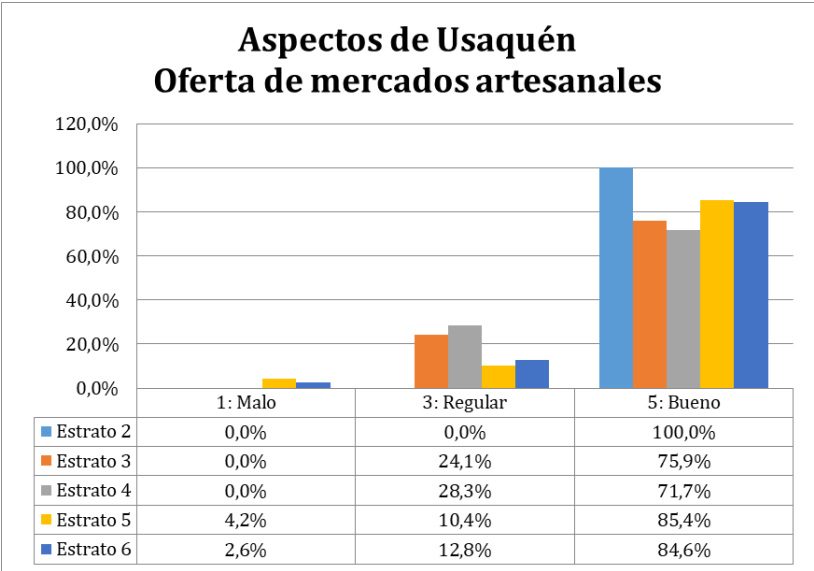
Ilustración 137 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquén: Oferta Gastronómica versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquén

El 100% de los encuestados del Estrato 2 respondió que la oferta gastronómica de la ZIT Usaquén es buena, así como un 98,1% del estrato 2, un 96,7% del estrato 4 y un 94,9% del estrato 6. El menor porcentaje en esta respuesta lo registró el estrato 5 con un 93,8%; un 2,1% de este estrato considera que la Oferta es Mala.

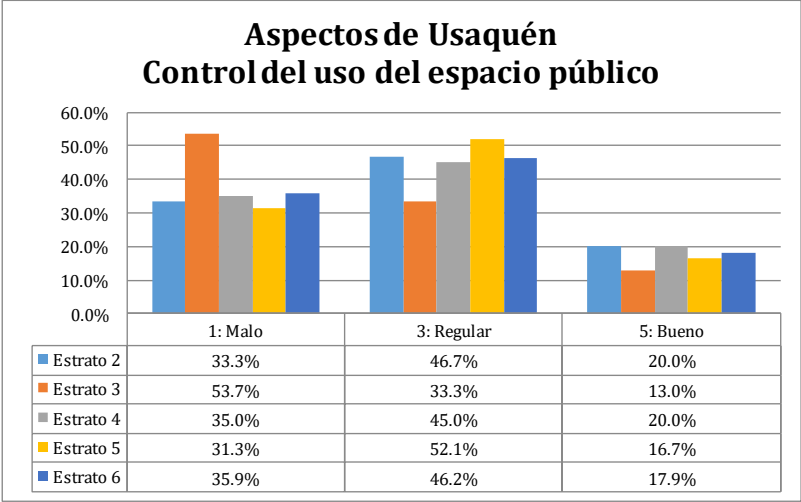
Ilustración 138 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquén: Oferta Gastronómica versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquén

Nuevamente, con un 100%, el estrato 2 considera que la Oferta de Mercados Artesanales en la ZIT Usaquéen es buena; es en los estratos 3, 4, 5 y 6 que se presenta una disminución en esta respuesta. El estrato 4, con un 28,3% indica que es regular, lo mismo ocurre con el estrato 3 con un 24,1%. Tan solo el 4,2% del estrato 5 y el 2,6% del estrato 6 indican que es Mala.

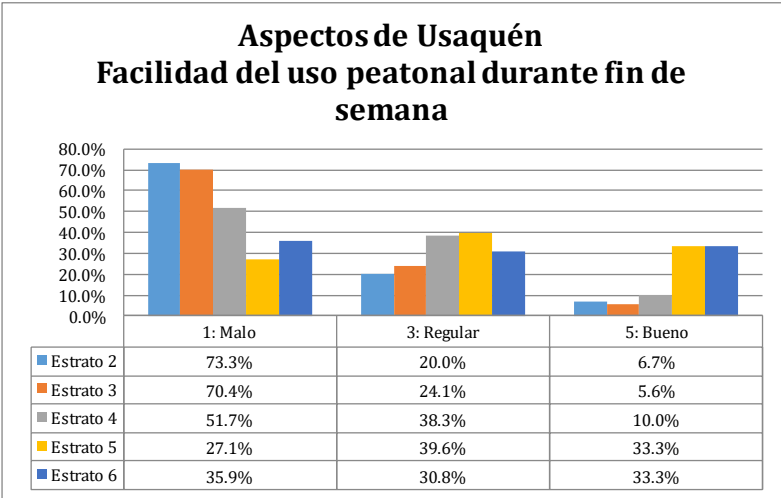
Ilustración 139 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Control del uso del espacio público versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

El control del uso del espacio público, es calificado en su mayoría como regular, por los estratos 2 con 46%,3 con 33%, 4 con 45%, 5 con 52% y 6 con 46%. Sin embargo, el porcentaje más alto es el correspondiente al estrato 3, con 53% que considera que es malo el control del espacio público. El resto de los estratos también se concentran en esta calificación de malo, por encima del 30% de las respuestas. Los datos más significativos se concentran entre un mal y un regular control del manejo del espacio público. Este aspecto fue evidente durante el trabajo de campo, dado que en la medida en que ha venido creciendo la oferta comercial, los fines de semana se ha vuelto muy difícil transitar por los andenes, en algunas de las principales calles del área más visitada, llenándose de vendedores ambulantes, tráfico, afectando el uso del espacio público para los peatones.

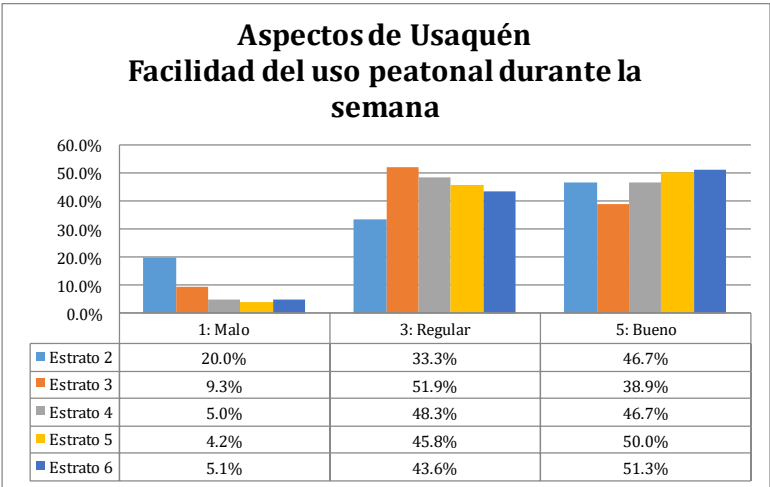
Ilustración 140 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: facilidad de uso peatonal durante el fin de semana versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

Los estratos 2, 3 y 4 califican la facilidad del uso peatonal durante el fin de semana, como 1: malo, con porcentajes que van entre un 51% y un 73.3%. los estratos 5 y 6 se distribuyen entre bueno, regular y malo con pesos similares, entre 30% y 39%. La concentración de los datos como se puede evidenciar, está en la no facilidad de uso peatonal durante el fin de semana, como se notó en el trabajo de campo. Este problema se presenta principalmente los días domingos.

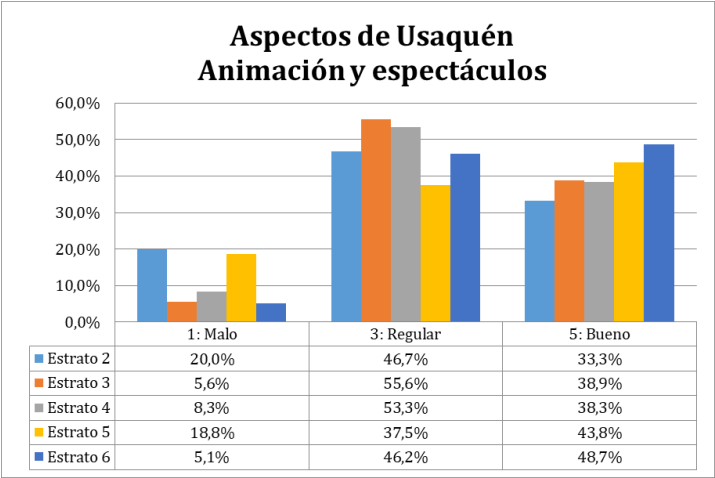
Ilustración 141 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Facilidad de uso peatonal durante la semana versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

La facilidad del uso peatonal durante la semana se distribuye entre regular y bueno con porcentajes que van entre el 43% y el 52%, excepción del estrato 2 que califica como regular con el 33%. Estos datos coinciden con lo encontrado durante las observaciones adelantadas durante las salidas de campo, en la medida en que durante la semana se ve muy tranquila zona, especialmente en el día, mientras que los domingos es prácticamente imposible caminar tranquilamente en la zona, dada la saturación de vendedores ambulantes.

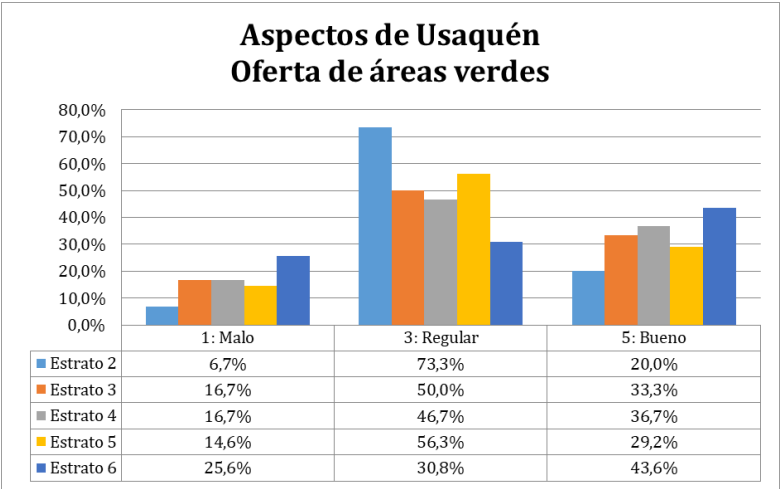
Ilustración 142 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Animación y espectáculos versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

En cuanto a animación y espectáculos, el estrato 3 con un 55,6% indicó que este aspecto es regular mientras que el 38,9% que es bueno. El estrato 4 tuvo un comportamiento similar cuando el 53,3% considera que es regular y el 38,3% que es bueno. Fue el estrato 6 quien en su mayoría contestó que es bueno con un 48,7%. El 20% del estrato 2 y el 18,8% del estrato 5 indican que es Malo.

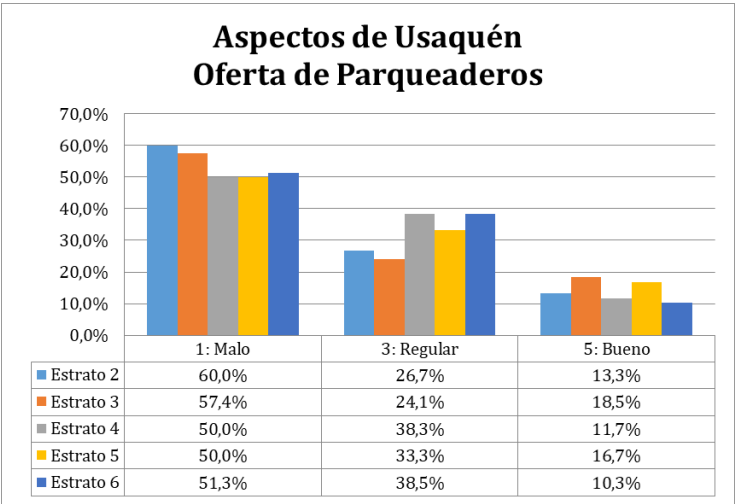
Ilustración 143 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Oferta de áreas verdes versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

El 73,3% del Estrato 2 y el 50% del estrato 3 indica que es Regular la Oferta de áreas verdes en la ZIT Usaquéen, tan solo el 20% y el 33,3% respectivamente consideran que es buena. El estrato 6 es quien con un 43,6%, en su mayoría, considera que la Oferta es buena, sin embargo, el 25,6% de este grupo poblacional indican que es Mala.

Ilustración 144 Calificaciones Urbanas de la ZIT Usaquéen: Oferta de parqueaderos

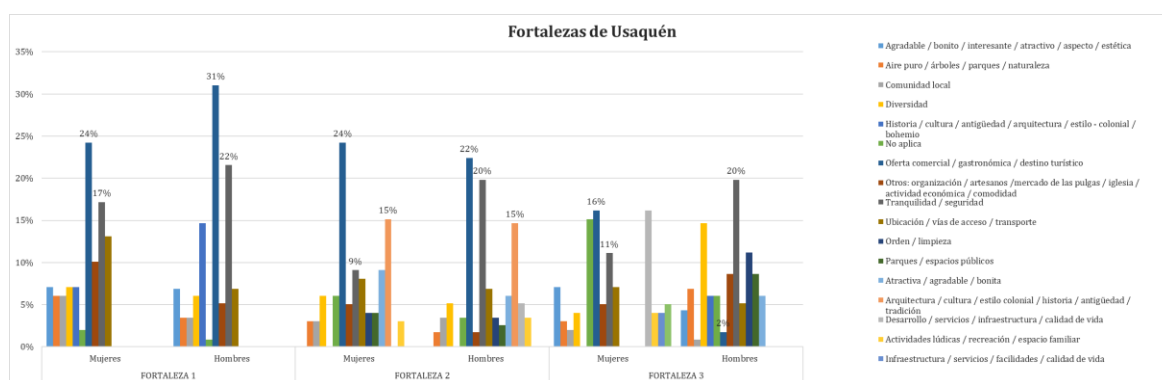


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

Para este aspecto, más del el 50% de los encuestados contestaron que la oferta de parqueaderos en la ZIT Usaquéen es mala. Quien más lo consideró así es el estrato 2 con un 60%. Por su parte, el estrato 4 y el 6 con un 38,3% y un 38,5% respectivamente, consideraron que es regular. Tan solo el 18,5% y el 16,7% del estrato 5 contesto con una calificación de buena.

Calificaciones Urbanas de la ZIT Usaquéen versus género.

Ilustración 145 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Fortalezas de la ZIT Usaquéen versus género

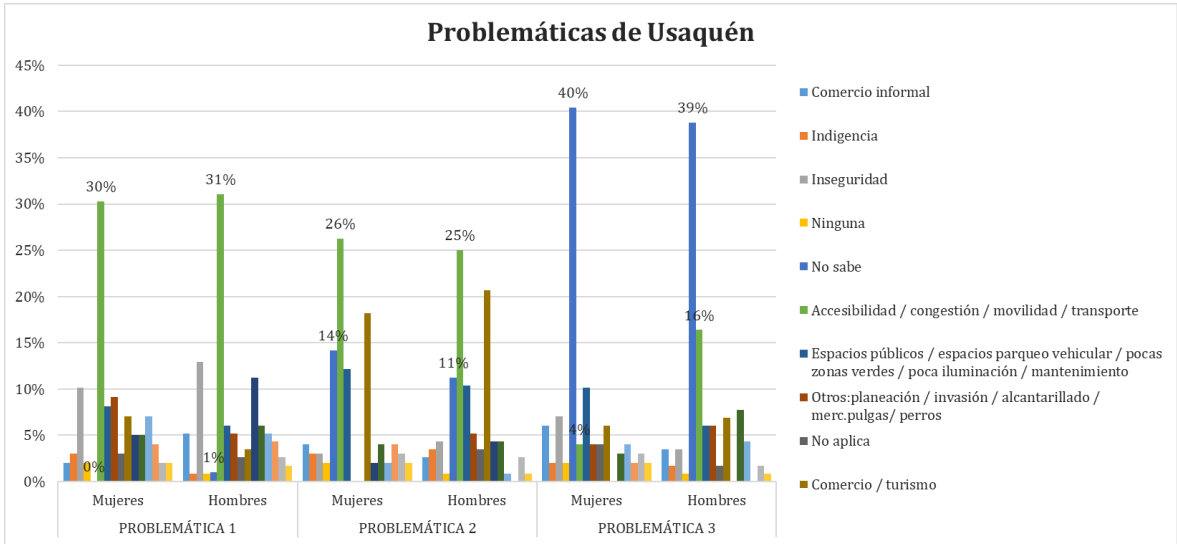


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuestas en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

Es considerada como principal fortaleza de la ZIT Usaquéen, con un 24% de las mujeres y un 31% de los hombres, la oferta comercial, gastronómica y como destino turístico; seguida por la tranquilidad y seguridad con un 17% de las mujeres y un 22% de los hombres. Sin embargo, las opiniones se dividen un poco en la respuesta de historia, cultura, antigüedad, arquitectura, estilo – colonial, bohemio, con un 15% para hombres y un 7% para las mujeres. Estas valoraciones muestran que, si bien los habitantes vienen identificando algunos problemas asociados a las dinámicas turísticas recientes, identifican el comercio como una fortaleza de la zona y a pesar de evidenciar algunas debilidades asociadas a ruido, contaminación, etc. Como veíamos anteriormente, la zona aún la perciben como segura y tranquila. Posiblemente el hecho que las problemáticas identificadas se presentan es

durante los fines de semana, hace que ellos sigan percibiendo su lugar como tranquilo y seguro.

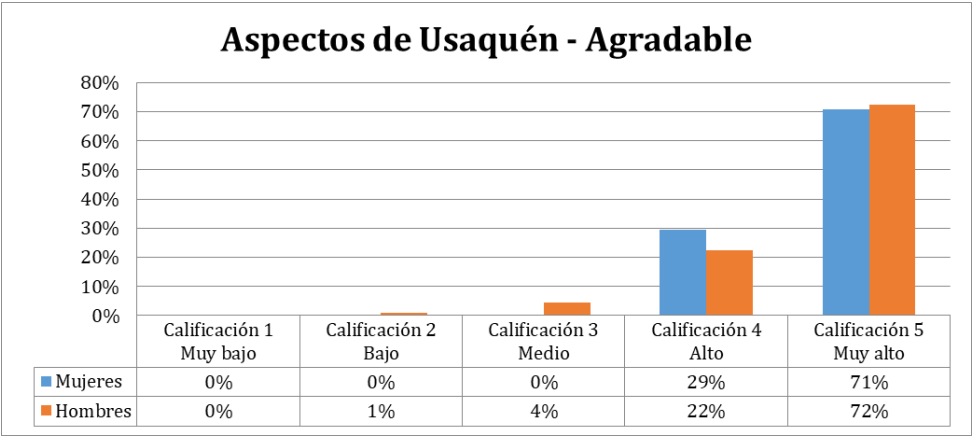
Ilustración 146 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Problemáticas de la ZIT Usaquéen versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT la ZIT Usaquéen.

Como principal problemática de la ZIT Usaquéen, tanto mujeres como hombres, la identifican con la accesibilidad, congestión, movilidad, transporte, con un 30% y 31%, respectivamente. Como segunda problemática se mantiene la tendencia de la primera opción, pero ya cobra mayor importancia la contaminación auditiva, con un 18% de las mujeres y un 21% de los hombres; y espacios públicos, espacios de parqueo vehicular con un 12% de las mujeres y 10% de los hombres. Al intentar identificar una tercera problemática, el 40% de las mujeres y el 39% de los hombres no sabe o no responde; un 16% de los hombres sigue considerando como problemática los temas de accesibilidad y transporte.

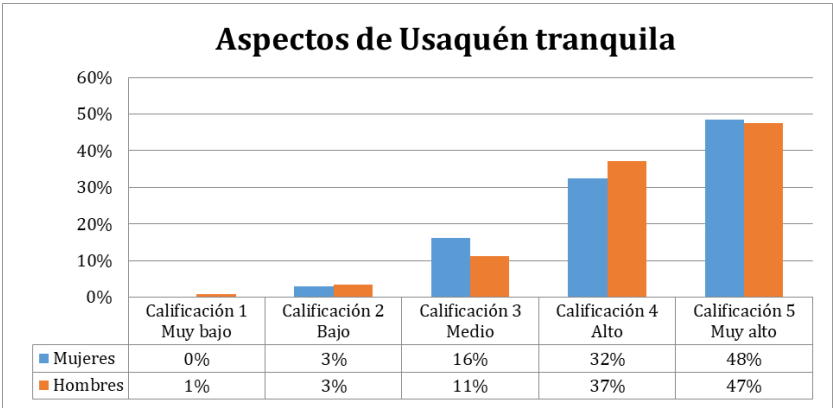
Ilustración 147 Calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Agradable versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

El 71% de las mujeres y el 72% de los hombres le dieron un puntaje de 5, es decir Muy Alto, a la ZIT Usaquéen en la característica de Agradable. Tan solo el 29% restante de las mujeres consideran que el Alto, y en el caso de los hombres el 22%. Ninguna encuestada respondió que es Muy baja, Baja o Media, mientras que tan solo el 4% de los hombres dijo que es Media y el 1% Baja.

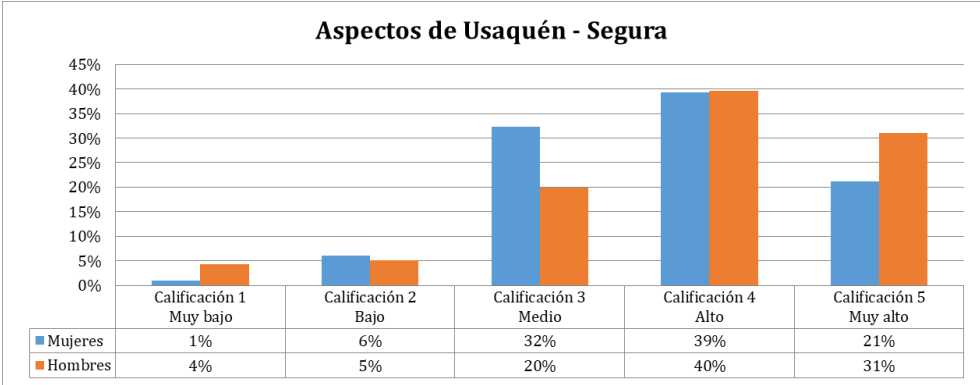
Ilustración 148 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Tranquilidad de la ZIT Usaquéen versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

Siendo 5 la calificación más alta y 1 la más baja, 48% de las mujeres y 47% de los hombres califican con 5 el aspecto de tranquilidad en la ZIT Usaquéen; un 32% y 37% respectivamente, lo califican con 4. En general no se presentan diferencia en la percepción tanto de hombres como mujeres frente a este aspecto.

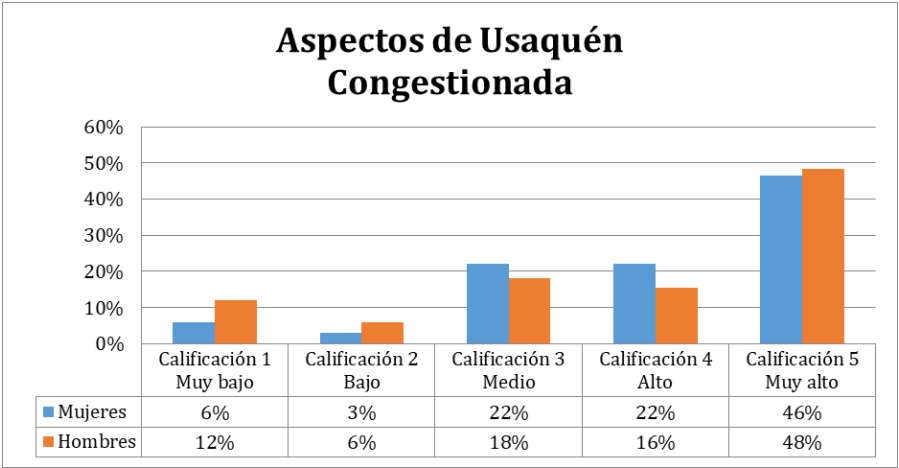
Ilustración 149 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Seguridad de la ZIT Usaquéen versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

El aspecto de seguridad tiene el mayor porcentaje de calificación sobre 4, con un 39% de las mujeres y 40% de los hombres. Sin embargo, se divide la opinión un poco en las calificaciones 3 y 5; 21% de las mujeres califica la seguridad sobre 5, frente a un 31% de los hombres; 32% de las mujeres la califican sobre 3, respecto de un 20% de los hombres.

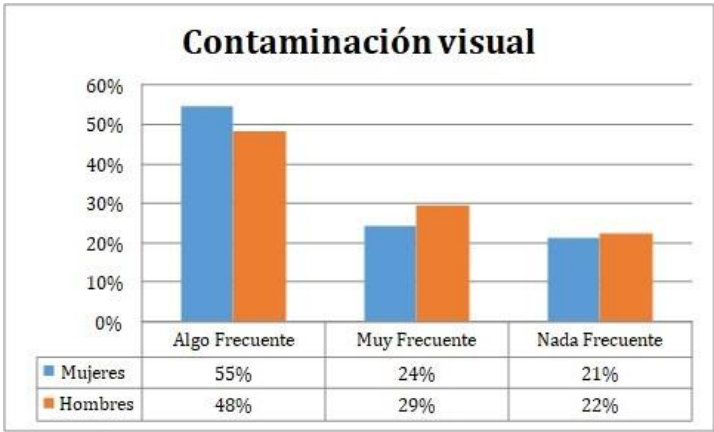
Ilustración 150 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Congestión de la ZIT Usaquéen versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

La opinión respecto a la calificación de la congestión en la ZIT Usaquéen coincide en un 46% de las mujeres y 48% de los hombres calificándola con 5.

Ilustración 151 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación visual de la ZIT Usaquéen versus género

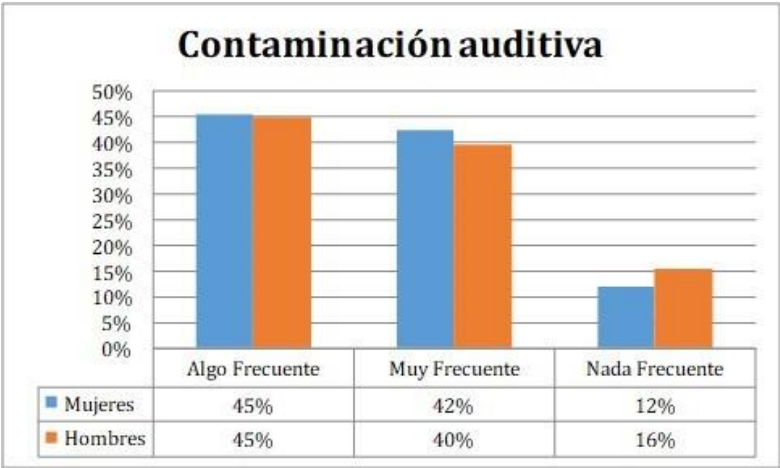


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

Un 55% de las mujeres y un 48% de los hombres coinciden en que la contaminación visual en la ZIT Usaquéen es algo frecuente. Los porcentajes restantes, 24% y 21% respectivamente,

para los dos grupos se distribuyen entre las opciones de respuesta muy frecuente y nada frecuente.

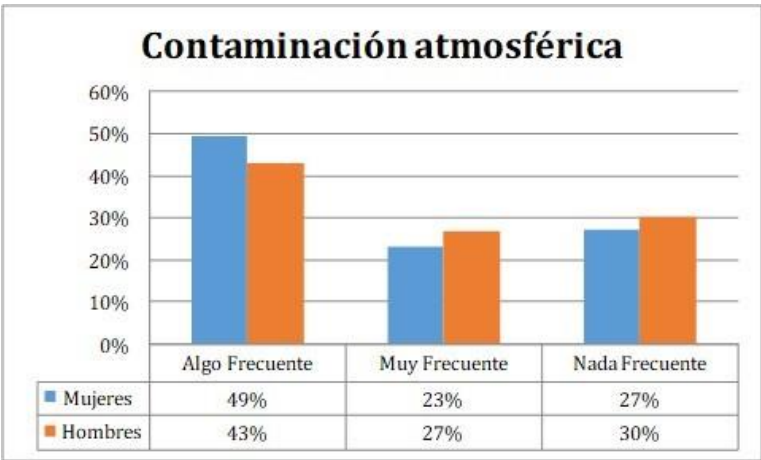
Ilustración 152 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación auditiva de la ZIT Usaquéen versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

Porcentajes iguales en cada uno de los grupos, mujeres y hombres, 45%, consideran que la contaminación auditiva es algo frecuente en la ZIT Usaquéen; 42% de las mujeres y 40% de los hombres consideran la contaminación auditiva como muy frecuente; sumando los dos pesos, consideran la contaminación auditiva como presente en la zona.

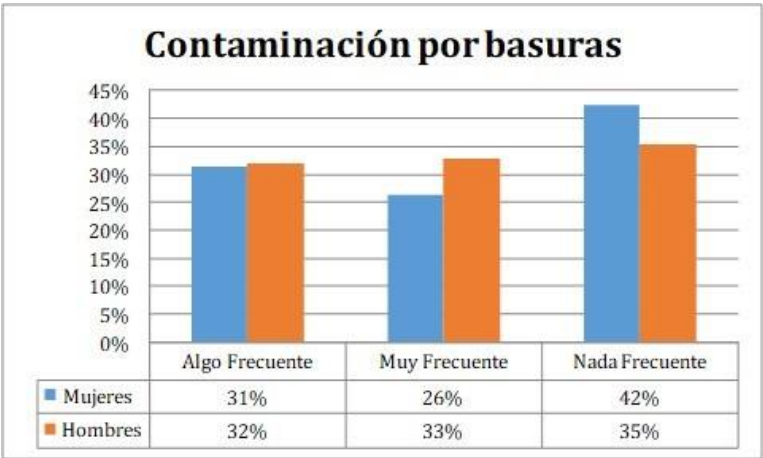
Ilustración 153 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación atmosférica de la ZIT Usaquéen versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

La contaminación atmosférica tiene opiniones un poco más divididas respecto a las respuestas muy frecuente y nada frecuente, pero que coinciden en los porcentajes de los grupos. La respuesta con mayor porcentaje corresponde a algo frecuente con 49% de las mujeres y 43% de los hombres.

Ilustración 154 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Contaminación por basuras de la ZIT Usaquéen versus género

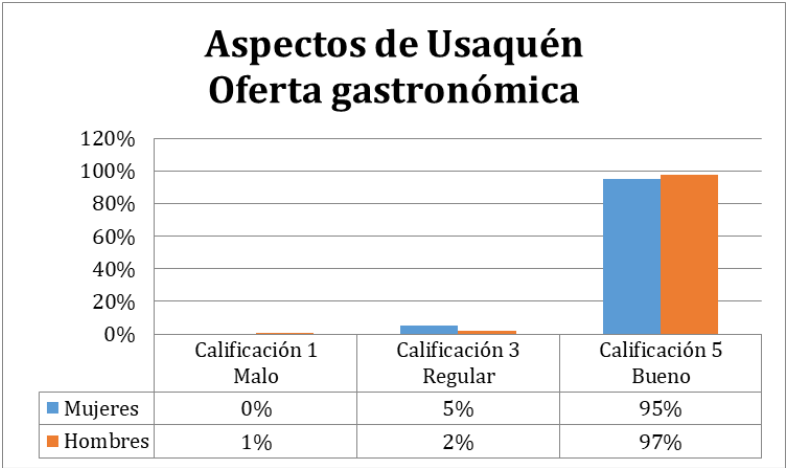


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

La contaminación por basuras en el caso de las mujeres tiene un porcentaje de 42% para la respuesta nada frecuente; seguida con un 31% de la respuesta algo frecuente. En el caso de los hombres las opiniones se dividen en porcentajes casi iguales para las tres opciones de respuesta algo frecuente, muy frecuente y nada frecuente, 32%, 33% y 35% respectivamente.

Los habitantes de la ZIT Usaquéen y su área de influencia, califican la oferta turística en la zona de la siguiente manera:

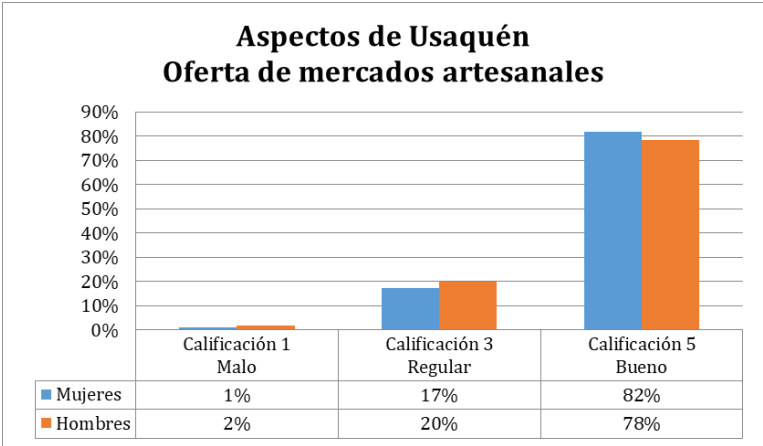
Ilustración 155 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Oferta gastronómica de la ZIT Usaquéen versus género



Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

La oferta gastronómica es considerada como buena por un 95% de las mujeres y un 97% de los hombres. La progresiva aparición de esta oferta si bien ha generado problemas de contaminación auditiva, tráfico, etc., es muy bien valorada por los habitantes de la ZIT Usaquéen.

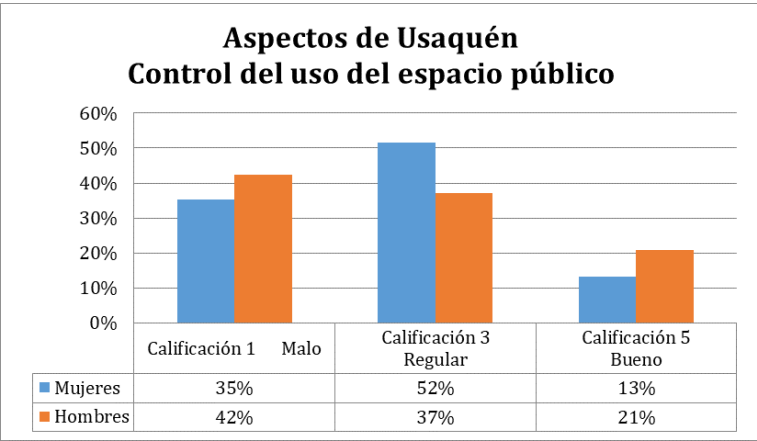
Ilustración 156 calificaciones urbanas de la ZIT Usaquéen: Oferta de mercados artesanales de la ZIT Usaquéen versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

La oferta de mercados artesanales también cuenta con buena calificación, similar a los dos aspectos mencionados anteriormente, con un 82% de las mujeres y 78% de los hombres calificándola con 5, lo cual contrasta con la percepción de congestión, tráfico y ruido que genera la masiva afluencia de personas durante el fin de semana, justamente motivados por la oferta gastronómica, comercial y de los mercados de artesanías, todo lo cual es altamente bien valorado.

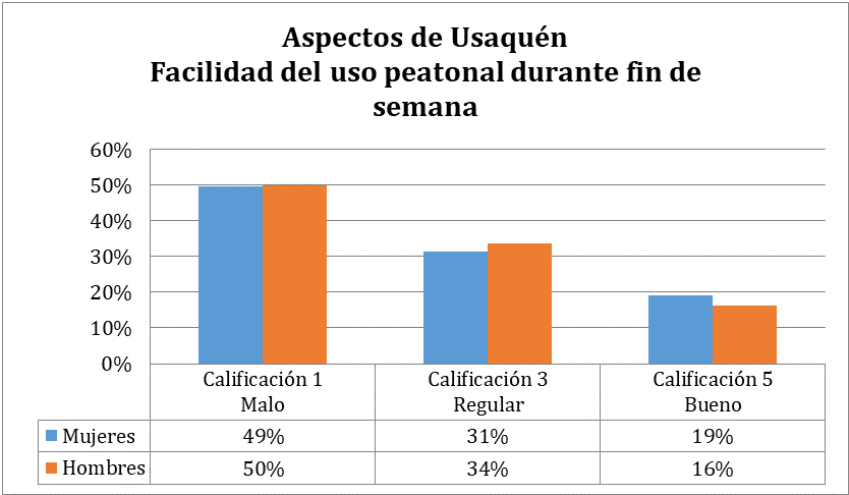
Ilustración 157 Aspectos de la ZIT Usaqué control del uso del espacio público versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaqué.

El control del uso del espacio público es calificado en su mayoría como regular y malo, 52% y 35% de las mujeres respectivamente; y 37% y 42% por parte de los hombres respectivamente.

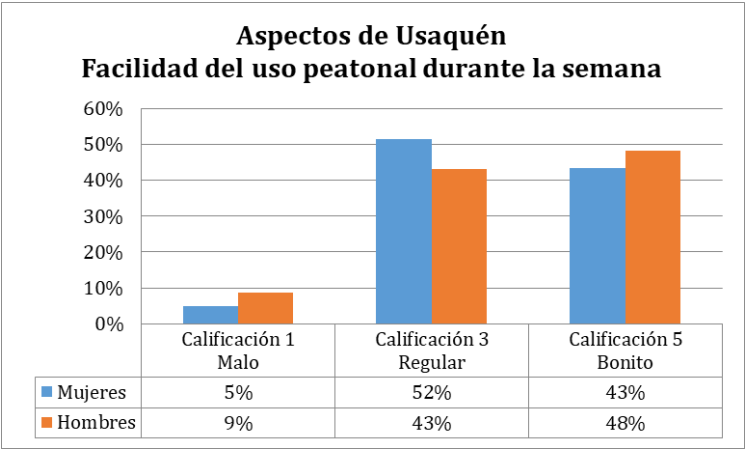
Ilustración 158 Aspectos de la ZIT Usaqué. Facilidad del uso peatonal durante fin de semana versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaqué.

La facilidad del uso peatonal durante fin de semana tiene una calificación de 1=malo con 49% de las mujeres y 50% de los hombres. Para el mismo aspecto, durante la semana la calificación mejora, regular y bueno, con 52% y 43% de las mujeres; 43% y 48% de los hombres respectivamente para las respuestas mencionadas, coincidiendo con lo observado en campo durante esos periodos de tiempo de la semana. Indudablemente los resultados muestran cómo hombres y mujeres que habitan la ZIT Usaqué, perciben una zona no amigable para ser usada por ellos, que coincide con las calificaciones de mal control del uso del espacio público, lo cual se re afirma con la observación de campo que se realizó en varias temporadas. La zona ya presenta signos de saturación en su uso durante los domingos especialmente.

Ilustración 159 Aspectos de la ZIT Usaqué. Facilidad del uso peatonal durante la semana versus género



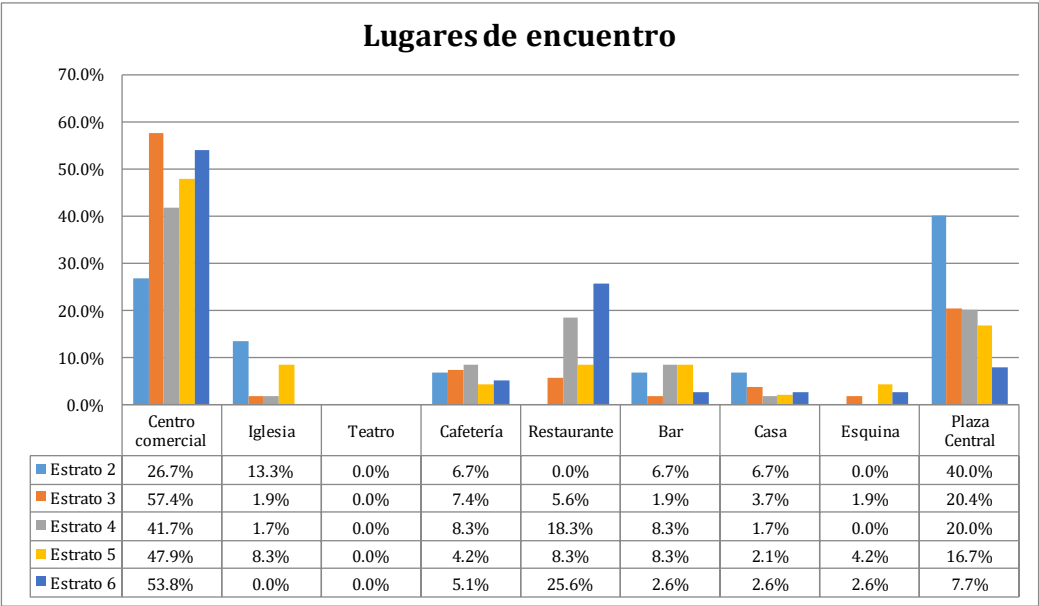
Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaqué.

Los resultados muestran como las prácticas sociales de los habitantes se han visto afectadas por las prácticas turísticas, especialmente, en el fin de semana, en donde no es posible usufructuar los espacios públicos y se evidencia un no control del mismo por parte de aquellos. Se da una alta concentración de actividades el fin de semana y la noche también es identificada como la de mayor dinámica y apropiación. Contrasta esto, con la buena valoración que le dan al uso de su espacio público durante la semana, periodo en el que la llegada de turistas se reduce considerablemente.

5.3.1.3 Lugares de encuentro

Lugares de encuentro versus estrato

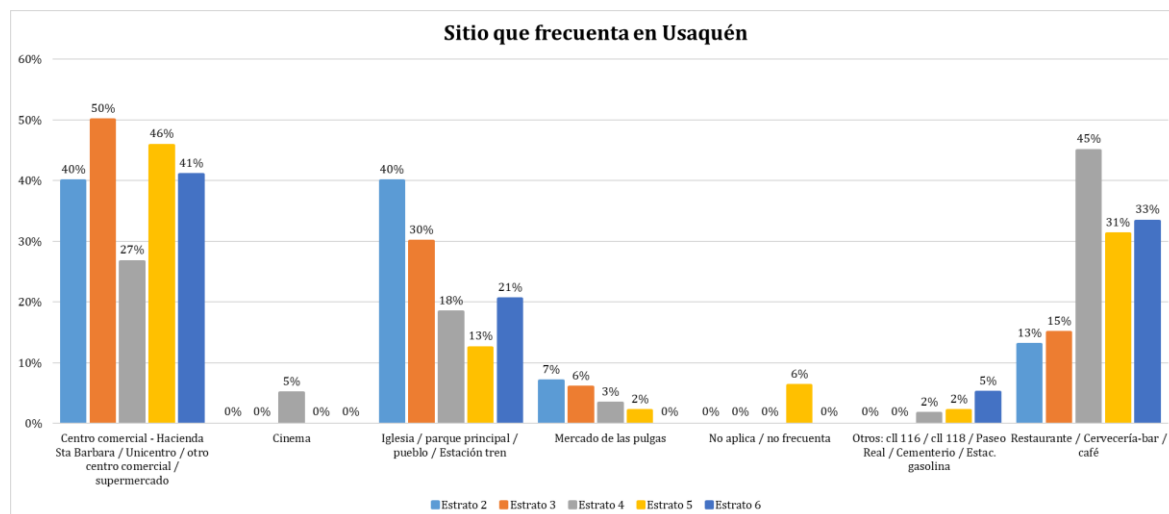
Ilustración 160 Lugares de encuentro versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

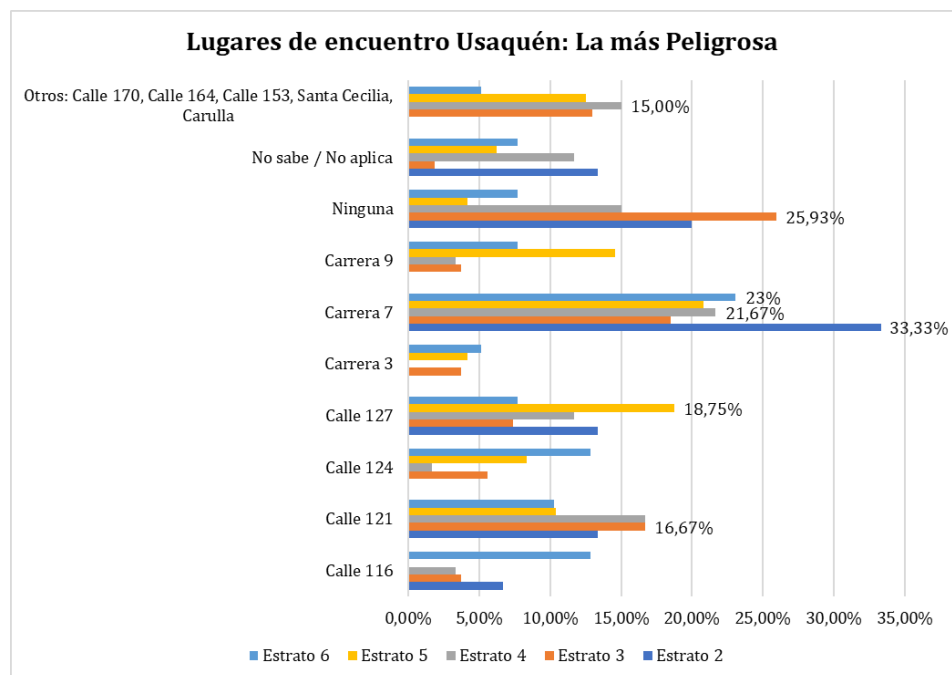
Para el estrato 2, el principal lugar de encuentro en la ZIT Usaquéen es la plaza central, pues así lo considera el 40% de los habitantes. Para los demás estratos, corresponde al centro comercial con porcentajes mayores todos al 40%, siendo el porcentaje más alto de respuesta el que corresponde al estrato 3 con 57.4%. Para el estrato 6, el segundo lugar de encuentro es el restaurante con un 25%.

Ilustración 161 Lugares de encuentro en la ZIT Usaquéen: sitios que frecuenta versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

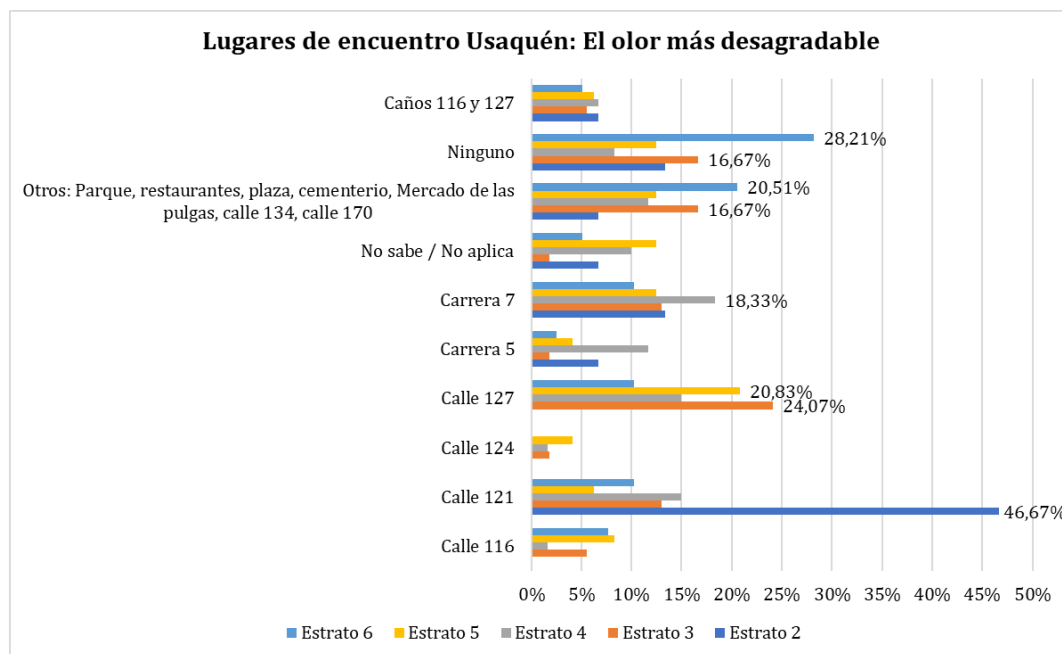
Los estratos 2, 3, 5 y 6, con porcentajes de 40%, 50%, 46% y 41% respectivamente, coinciden en que el principal sitio que frecuentan en la ZIT Usaquéen es el centro comercial Hacienda Santa Bárbara, Unicentro u otro centro comercial. El estrato 4 por el contrario, con un 45% frecuenta como primera opción, en su mayoría un restaurante, bar, cervecería o café. Finalmente, a pesar de los diferentes lugares de encuentro de Usaquéen, los tres sitios más frecuentados por los habitantes son los centros comerciales, los restaurantes, cafeterías, bares y cafés, la Iglesia y la Plaza Principal. Los lugares de encuentro relacionados con los cambios más significativos de usos de los últimos años, evidencian una alta valoración por parte de los habitantes, los cuales frecuentan significativamente. Lugares de encuentro versus género.



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquén

Con una mayoría sobresaliente en la opción de Carrera 7, se considera esta como la más peligrosa de la ZIT Usaquéen por los diferentes estratos, siendo el estrato 2 quien en su mayoría eligió esta respuesta, seguido de los habitantes de estrato 6 con 23%. El estrato 4 sin embargo, también sobresale en mayor proporción en esta respuesta con un 21,67% junto con el estrato 5 con un 20,83%. Una segunda zona considerada peligrosa por los habitantes de la ZIT Usaquéen es la Calle 121, en la cual los estratos 4 y 3 coincidieron en un 16,67% como una de las más peligrosas. Finalmente, el estrato 3, por su parte coincidió en que ningún lugar es peligroso con un 25,93%.

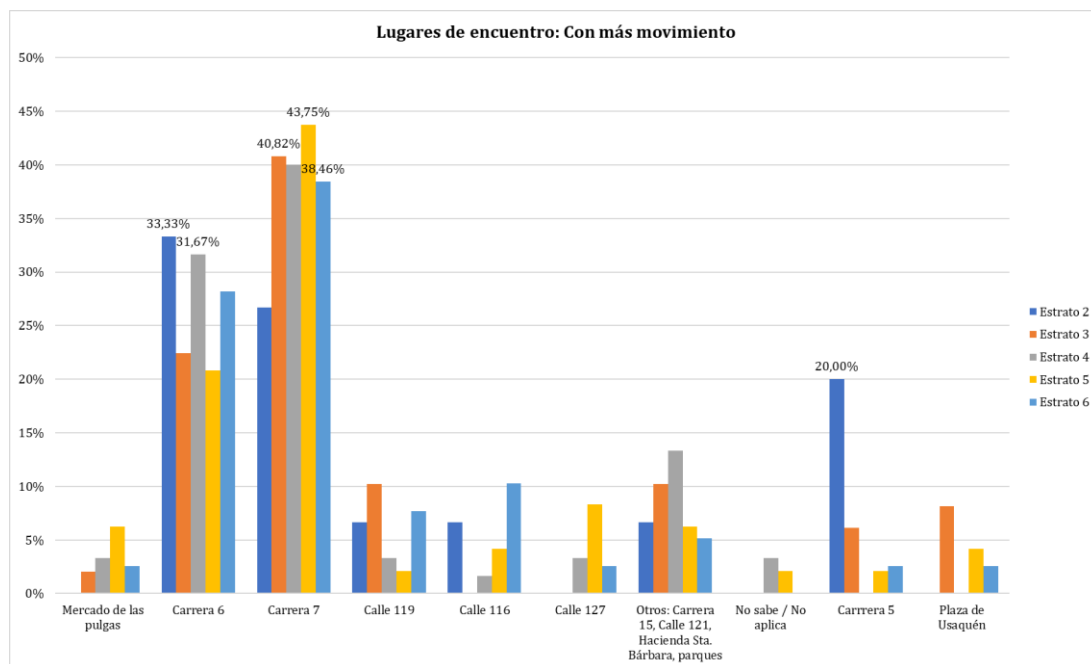
Ilustración 163 Lugares de encuentro: El olor más desagradable versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquén

En cuanto al olor más desagradable, las respuestas difieren en gran manera entre estratos. Por ejemplo, el estrato 2 considera en un 46,67% que es la Calle 121 la que tiene un olor más desagradable mientras que el estrato 6 considera ninguna tiene un olor desagradable con un 28,21%. El 24,07% de los habitantes del estrato 3, consideran que es la Calle 127 la que tiene un olor más desagradable junto con el estrato 3, quienes coinciden con un 20,83% con esta respuesta. Finalmente, el estrato 4 indicó que es la Carrera 7 la que tiene un olor más desagradable.

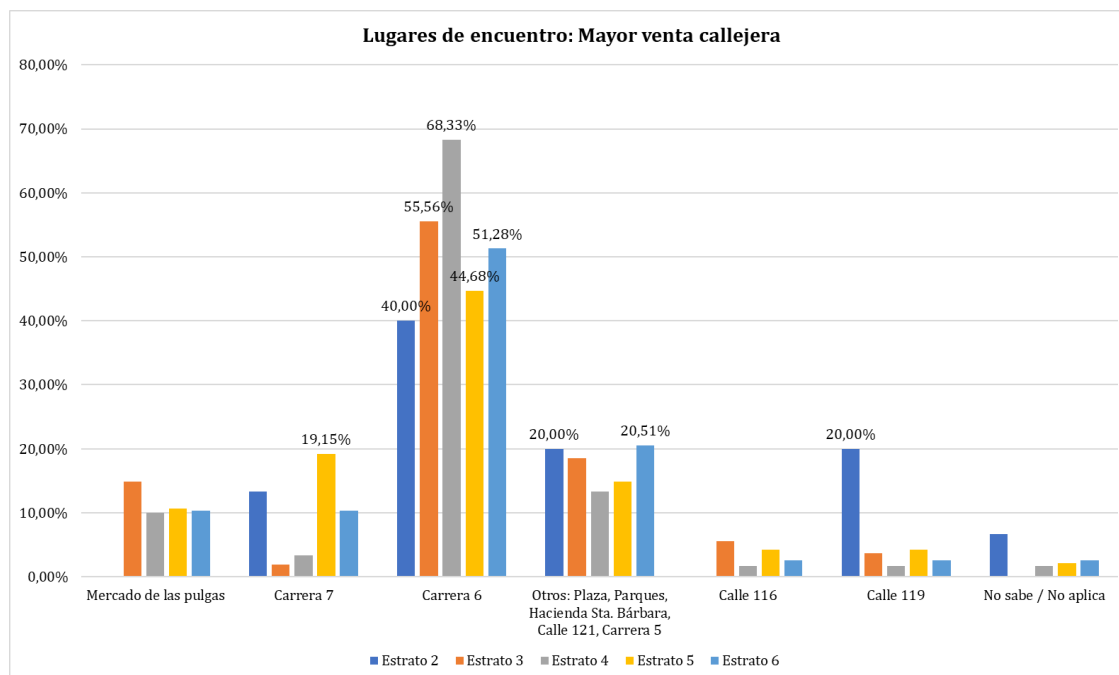
Ilustración 164 Lugares de encuentro: Con más movimiento versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquén

De acuerdo con los habitantes de la ZIT Usaquén, el lugar con más movimiento es la Carrera 7; en este caso, todos los estratos, menos el estrato 2, coinciden: estrato 3, 40,82%; estrato 4, 40%; estrato 5, 43,75% y estrato 6 con un 38,46%. Un segundo lugar, elegido por los habitantes como con más movimiento es la Carrera 6, en la que el estrato 2 tuvo la mayor proporción con un 33,33%, seguido del estrato 4 con un 31,67%.

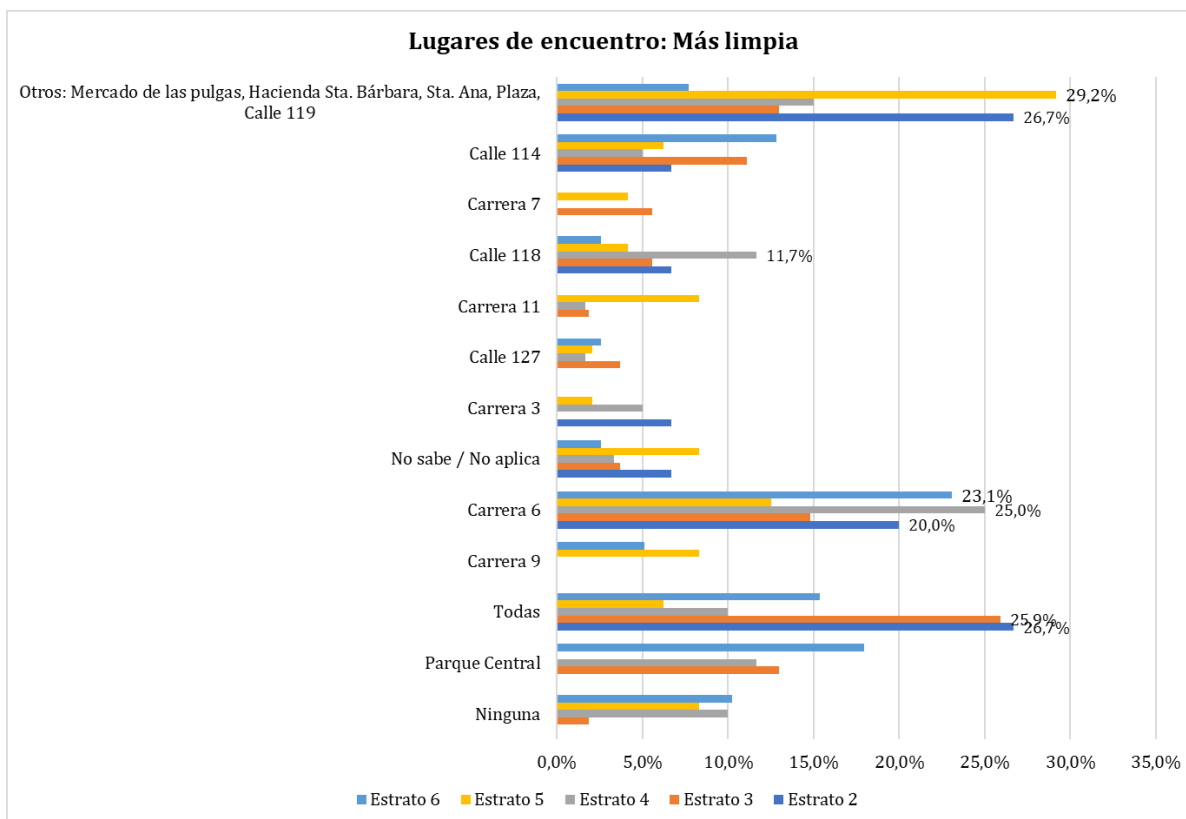
Ilustración 165 Lugares de encuentro: Mayor venta callejera versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

El mayor de lugar de venta callejera de acuerdo con los habitantes de la ZIT Usaquéen es la Carrera 6, lo que contrasta con la segunda con más movimiento. Todos los estratos eligieron esta última respuesta en mayor proporción con las demás opciones. El estrato 2 con un 40%, el estrato 5 con un 44,68%, el estrato 6 con un 51,28%, el estrato 3 con un 55,56% y el estrato 4 con un 68,33% siendo la respuesta por la que más se inclinaron estos últimos. Finalmente, un segundo lugar con mayor venta callejera es el Mercado de las Pulgas, seguido por diversos lugares en toda la ZIT Usaquéen como la Plaza Central y los Parques.

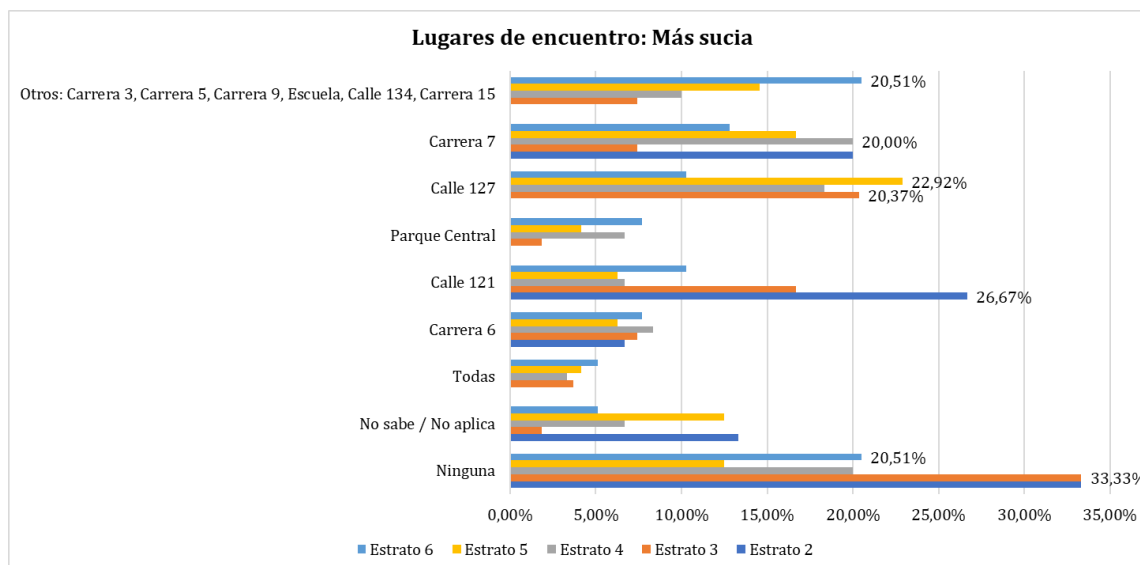
Ilustración 166 Lugares de encuentro: Más limpia versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquén

Sin contar los centros comerciales, el mercado de las pulgas y la plaza central, lugares que también fueron elegidos por algunos de los habitantes de la ZIT Usaquén, especialmente el estrato 5 con un 29,2% y el estrato 2 con un 26,7%; la zona considerada como la más limpia es la Carrera 6, con un 23,1% de elección por el estrato 6, un 25% por el estrato 4 y un 20% por el estrato 2. Finalmente, una gran mayoría de los estratos 3 y 2 consideran que todas las zonas de la ZIT Usaquén son limpias con un 25,9% y un 26,7% respectivamente.

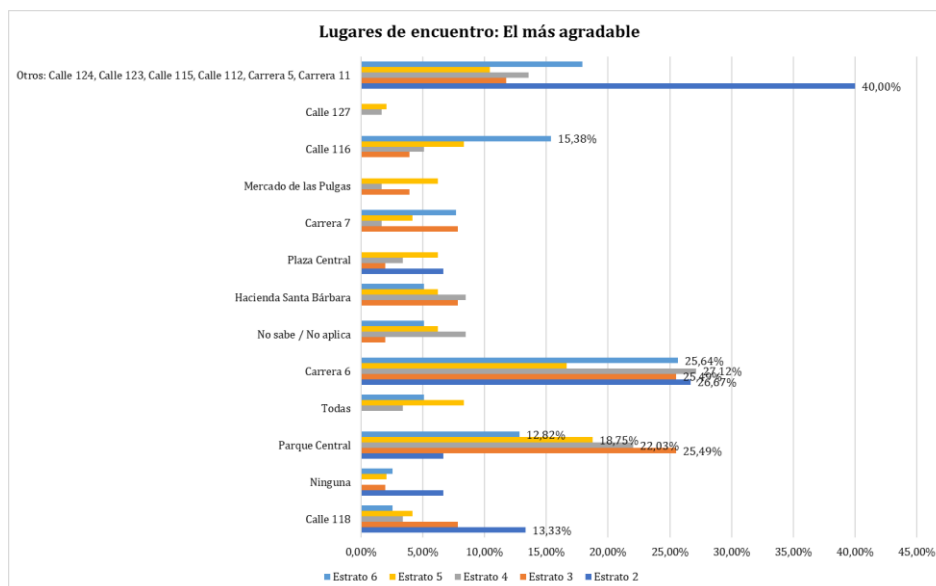
Ilustración 167 Lugares de encuentro: Más sucia versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquén

Variadas son las opiniones de los distintos habitantes de la ZIT Usaquén, en cuanto a cuál de las zonas es considerada como la más sucia. Los estratos 2 y 3, coincidieron en un 33,33% que ninguna de las zonas de la ciudad es la más sucia, mientras que el estrato 4 consideró que es la Carrera 7 con un 20%, el estrato 5 eligió la Calle 127 con un 22,92% y finalmente, el estrato 6 eligió como las más sucias diferentes zonas como la Carrera 3, la Carrera 5 y la Carrera 15.

Ilustración 168 Lugares de encuentro: El más agradable versus estrato

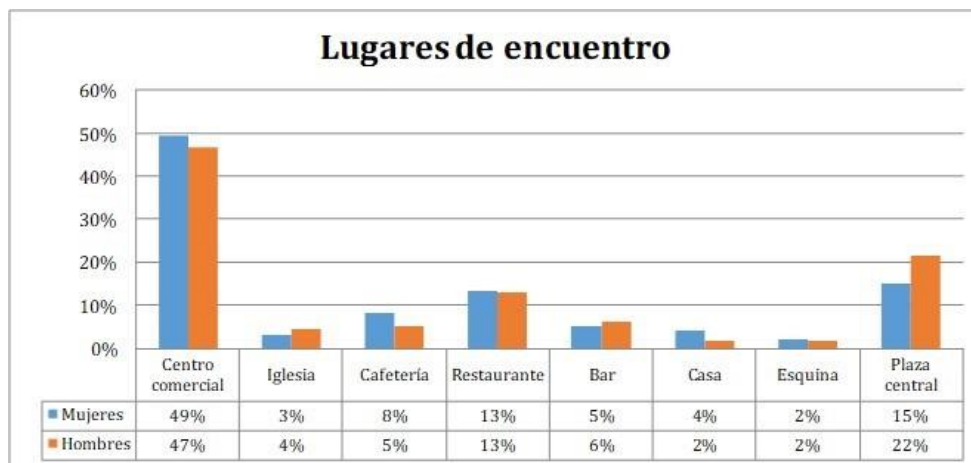


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquén

A pesar de tener respuestas variadas entre los habitantes de la ZIT Usaquén, los estratos 6, 4, 3 y 2 coincidieron en que es la Carrera 6 el sitio más agradable para caminar, con un 25,64%, 27,12%, 25,49% y 26% respectivamente. Un segundo sitio caracterizado por los habitantes como el más agradable, es la plaza central con un 12,82% para el estrato 6, un 18,75% para el estrato 5, un 22,03% para el estrato 4 y finalmente un 25,49% para el estrato 3.

Lugares de encuentro versus género

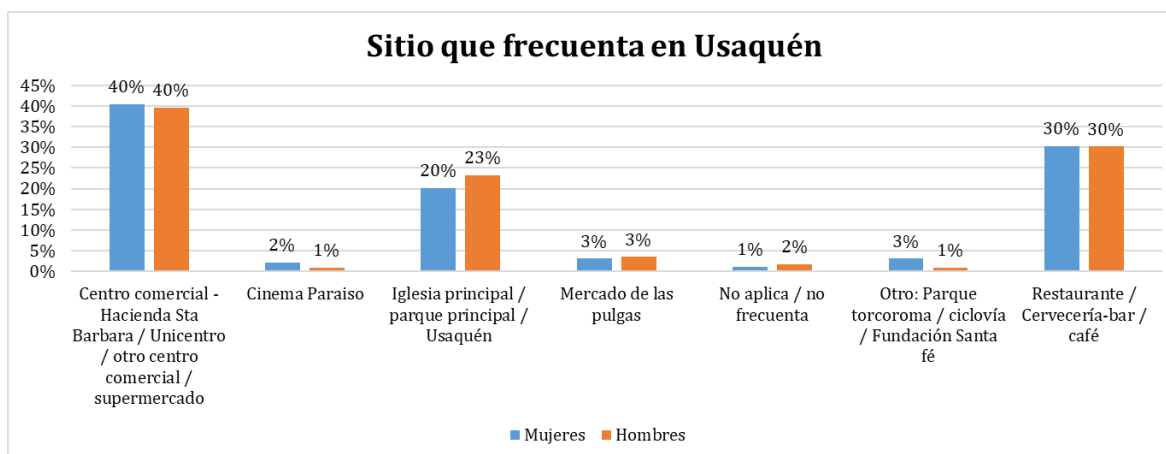
Ilustración 169 Lugares de encuentro en la ZIT Usaquéen: sitios que frecuenta versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

En el momento de fijar un lugar de encuentro en la ZIT Usaquéen, mujeres y hombres coinciden con un 49% y 47%, en que su lugar de encuentro es un centro comercial. El siguiente porcentaje más importante es la plaza central, con un 15% para las mujeres y un 22% para los hombres, seguido de restaurantes con igual peso porcentual, un 13% tanto para hombres como para mujeres.

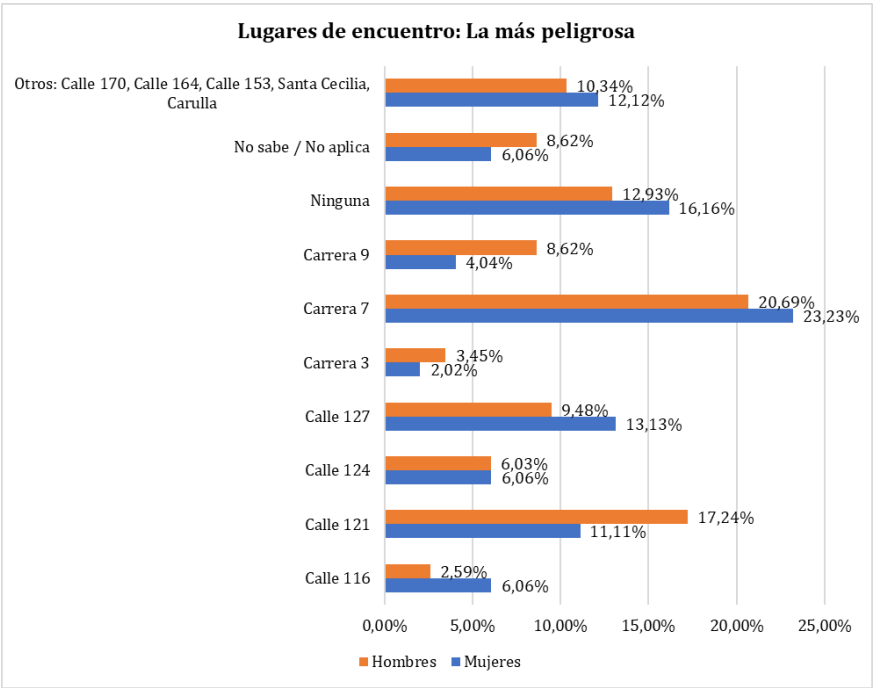
Ilustración 170 Lugares de encuentro en la ZIT Usaquéen: Sitios que frecuenta versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

El 40% de las mujeres y de los hombres frecuenta los centros comerciales de la ZIT Usaqué, Hacienda Santa Bárbara, Unicentro, otros; como primera opción. Con un comportamiento semejante al anterior, la segunda opción de los habitantes con un porcentaje de 30% tanto para hombres como para mujeres son los restaurantes, cervecerías, bares y cafés. Finalmente, el tercer sitio más frecuentado para hombres y mujeres con 23% y 20% respectivamente son el parque y la iglesia principal.

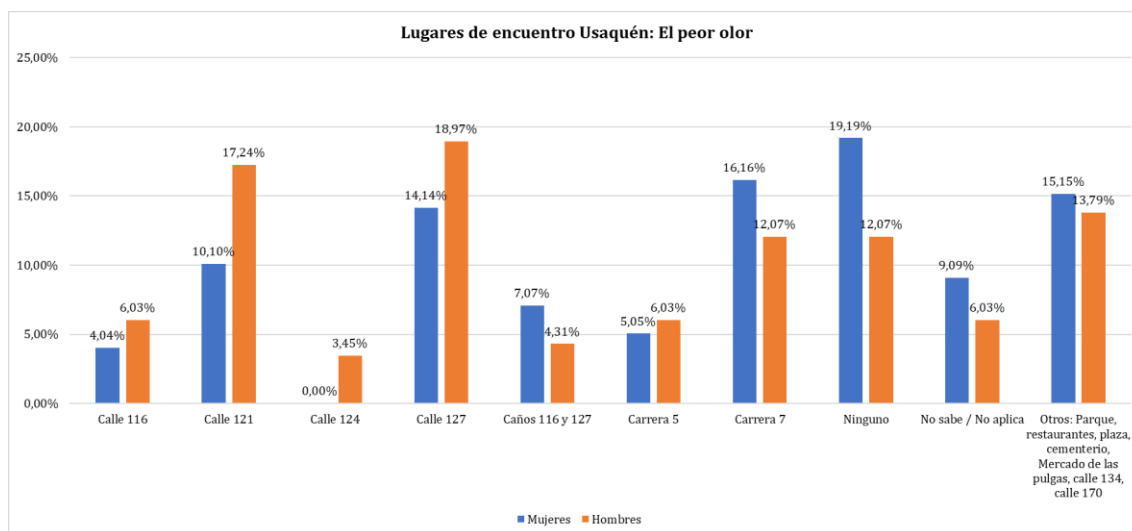
Ilustración 171 Lugares de encuentro: La más peligrosa versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaqué.

Tanto hombres como mujeres coinciden en que la zona más peligrosa de la ZIT Usaqué es la Carrera 7, con un 20,69% y un 23,23% respectivamente, en cuando al segundo lugar más peligroso, difieren en que los hombres eligen la Calle 121 con un 17,24% mientras que las mujeres consideran en gran medida con un 13,13% que es la Calle 127. Finalmente, es importante resaltar que el 16,16% de las mujeres y el 12,93% de los hombres considera que ninguna es peligrosa.

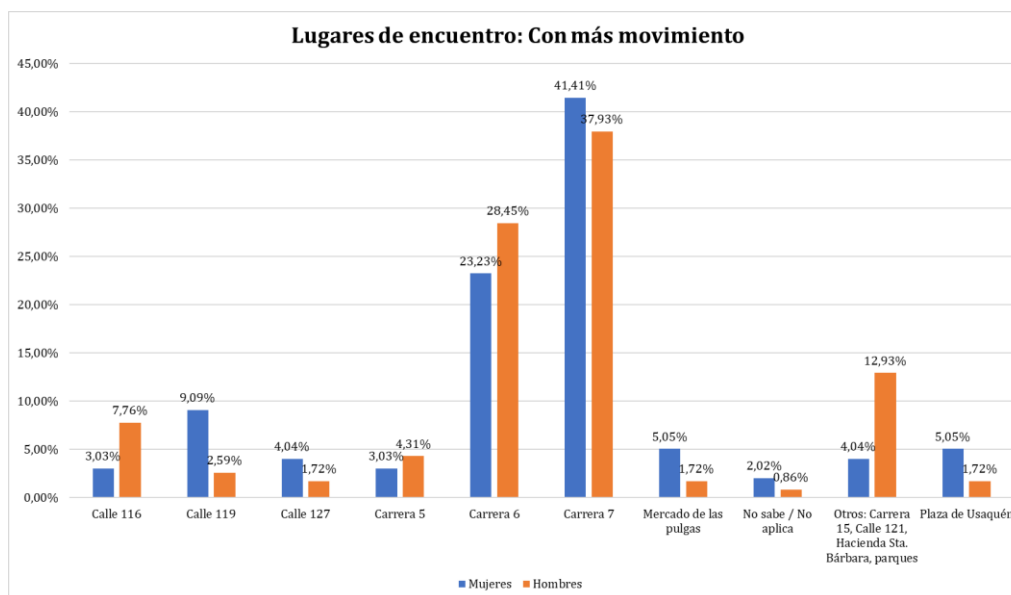
Ilustración 172 Lugares de encuentro: El peor olor versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquén.

Hombres y mujeres difieren enormemente en cuál de las zonas de la ZIT Usaquén tiene el peor olor: los hombres consideran con un 18,97% que es la Calle 127, mientras que las mujeres consideran con un 16,16% que es la Carrera 7. Otros de los lugares elegidos por ambos géneros son la Calle 121, elegida por los hombres con un 17,24% y diferentes sitios como parques, restaurantes, la plaza Central y el Cementerio por las mujeres con un 15,15%. Finalmente, las mujeres con 19,19% eligieron por mayoría la respuesta en que ninguna de las zonas tiene mal olor.

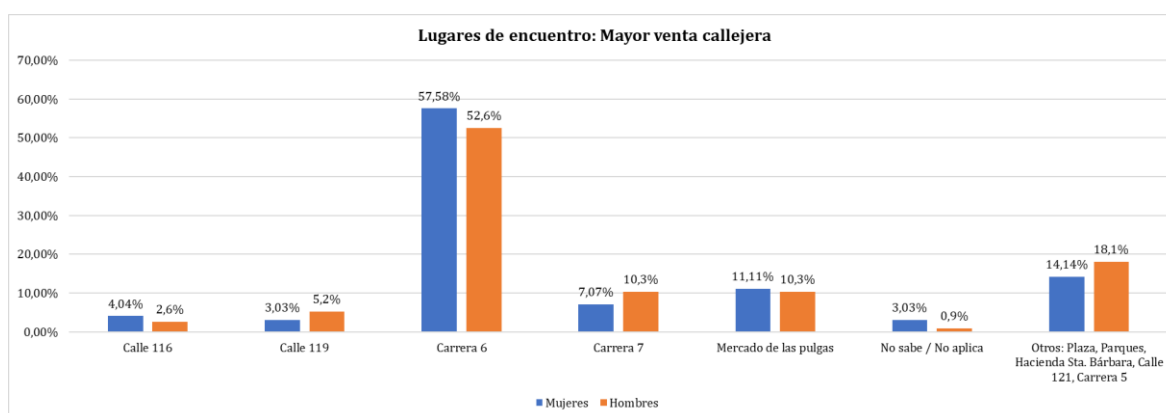
Ilustración 173 Lugares de encuentro: Con más movimiento versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaqué.

La Carrera 7 es elegida, tanto por mujeres como por hombres de la ZIT Usaqué, como la que tiene más movimiento con un 41,41% y un 37,93% respectivamente. Esta zona es seguida de la Carrera 6, elegida por ambos géneros con un 28,45% para hombres y un 23,23% para mujeres.

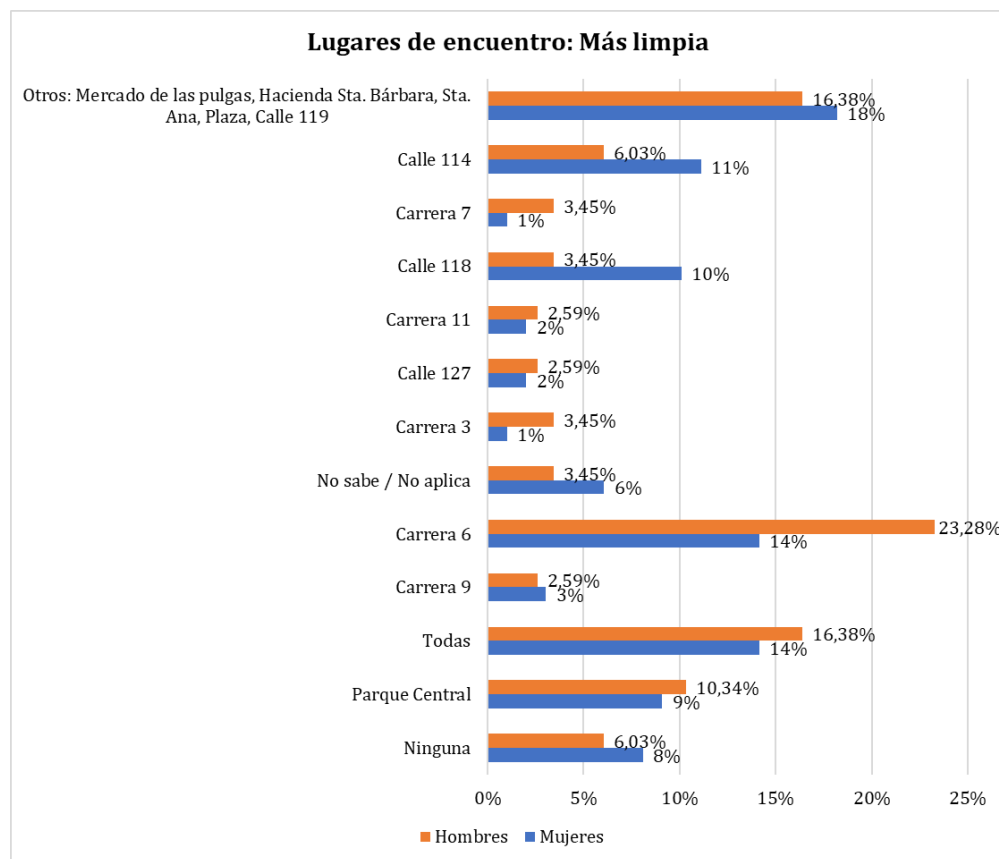
Ilustración 174 Lugares de encuentro: Mayor venta callejera versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaqué.

Con un 57,58% y un 52,6% tanto para mujeres como hombres respectivamente, la carrera 6 es elegida como la que más tiene venta callejera, seguido del Mercado de las pulgas, dicho por las mujeres con un 11,11% para los hombres y un 10,3%. Otros sitios como la plaza central y el parque también fueron elegidos por la cantidad de ventas callejeras que generan.

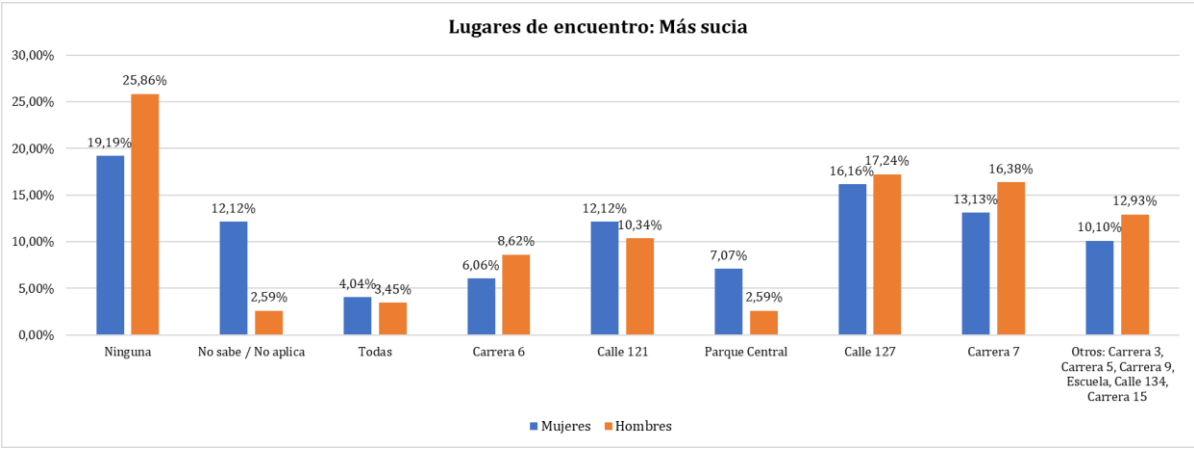
Ilustración 175 Lugares de encuentro: Más limpia versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

En cuanto a la zona más limpia de la ZIT Usaquéen, las mujeres indican con un 14% que es la Carrera 6, y la Calle 114 con un 11%. Sin embargo, con un 14%, indican que todas las zonas son limpias. Por otro lado, los hombres coinciden de manera similar con las mujeres con un 23,28% en que es la Carrera 6 la más limpia, seguida de la plaza central con un 10,34% y de otros sitios como el mercado de las pulgas y la hacienda Santa Bárbara como los más limpios.

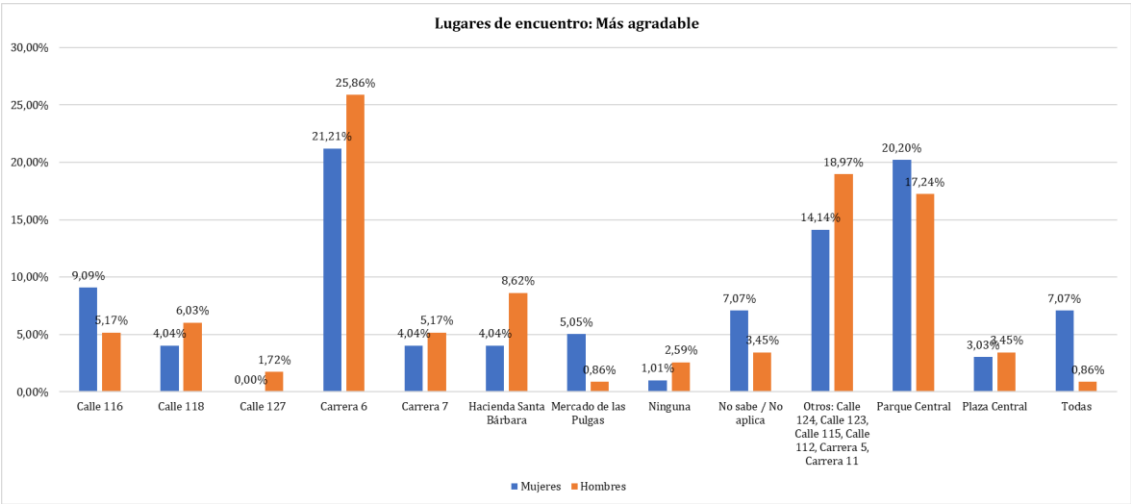
Ilustración 176 Lugares de encuentro: Más sucia versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

En cuanto a la zona más sucia de la ZIT Usaquéen, hombres y mujeres coinciden con un 17,24% y un 16,16% con que la Calle 127 es la más sucia, seguida de la Carrera 7 con un 16,38% y un 13,13%: la calle 1273%. Sin embargo, vale resaltar que con un 25,86% para hombres y un 19,19% para mujeres ninguna de las zonas de la ZIT Usaquéen es sucia. Otras de las zonas mencionadas por los habitantes de la Calle 121 elegida por las mujeres con un 12,12% y por los hombres con un 10,34%.

Ilustración 177 Lugares de encuentro: Más agradable versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

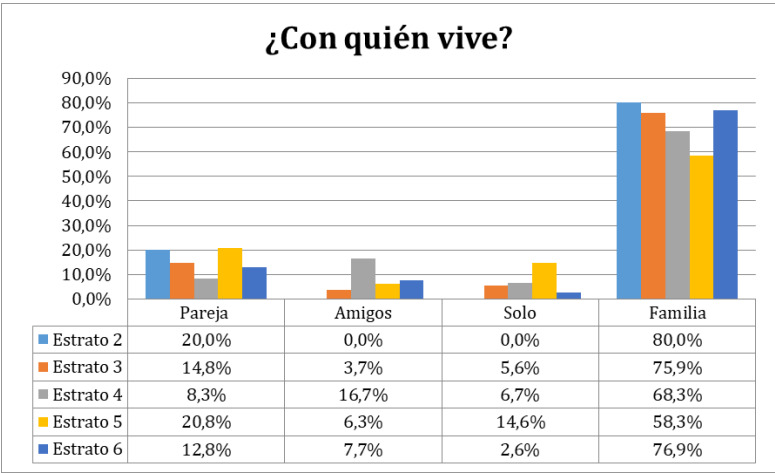
Los hombres con un 25,86% y las mujeres con un 21,21% eligieron a la Carrera 6 como la más agradable para caminar en la ZIT Usaquéen, seguida de la plaza central, en que las mujeres coincidieron en un 20,20% y los hombres en un 17,24%. finalmente, los hombres con un 8,62% indicaron como más agradables para caminar otros sitios como hacienda santa bárbara con un 8,62% y la calle 124, calle 123, calle 115, calle 112, carrera 5 y carrera 11 con un 18,97%. mientras que las mujeres eligieron las mismas respuestas con un 4,04% y un 14,14% respectivamente.

5.3.2 Prácticas sociales de los habitantes

5.3.2.1 Los vínculos con el lugar

Vínculos con el lugar versus estrato

Ilustración 178 Vínculos con la ZIT Usaquéen: ¿Con quién vive? versus estrato

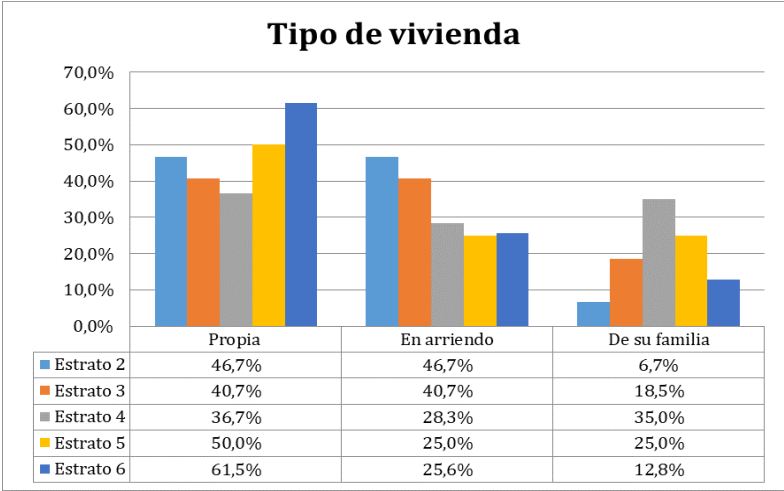


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, la mayor parte de los habitantes de la ZIT Usaquéen vive con su familia. El estrato que obtuvo un mayor porcentaje en esta categoría fue el 2 con un 80% de los encuestados. Por su parte, tan solo el 58,3% del estrato

5 vive con su familia y el 20,8% de ellos con su pareja. El 16, 7% del estrato 4 indicó que vive con sus amigos y el 14,6% del estrato 5 indica que vive solo.

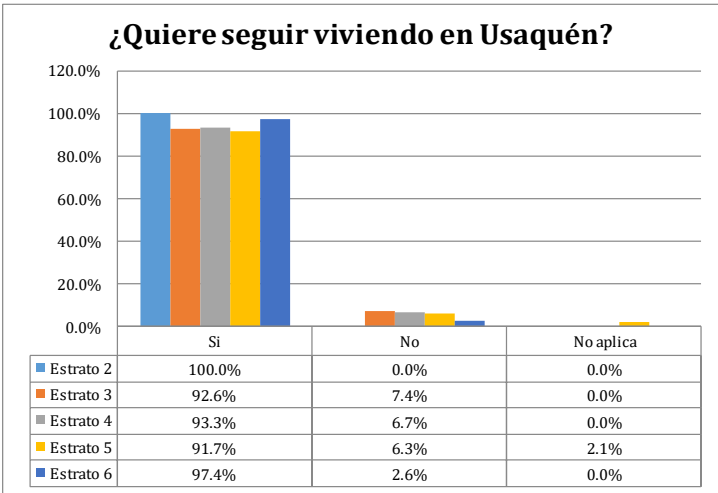
Ilustración 179 Vínculos con la ZIT Usaquéen: Tipo de vivienda versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

En cuanto al tipo de vivienda, son los habitantes del estrato 6 quienes, con un 61,5%, poseen vivienda propia. El estrato 4 es el que menos tiene este tipo de vivienda con un 36,7%, sin embargo, es el que más indica que vive en una vivienda de su familia. Es el estrato 2 quien más vive en arriendo con un 46,7% y el estrato 3 con un 40,7%.

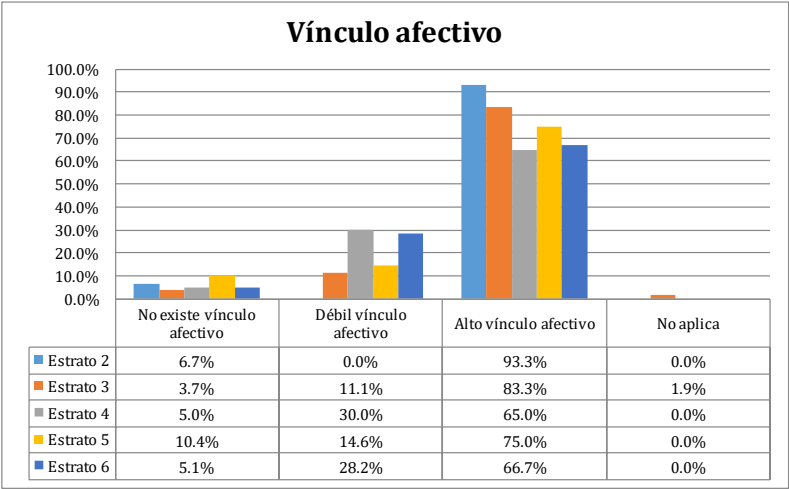
Ilustración 180 Vínculos con la ZIT Usaquéen: quiere seguir viviendo allí versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

La gran mayoría de los habitantes encuestados quiere seguir viviendo en la ZIT Usaquéen, incluso el 100% de las personas encuestadas que corresponden a estrato 2, quieren seguir viviendo allí. En todos los estratos las respuestas están por encima del 90%, lo que significa que una amplia mayoría desean seguir viviendo en la zona.

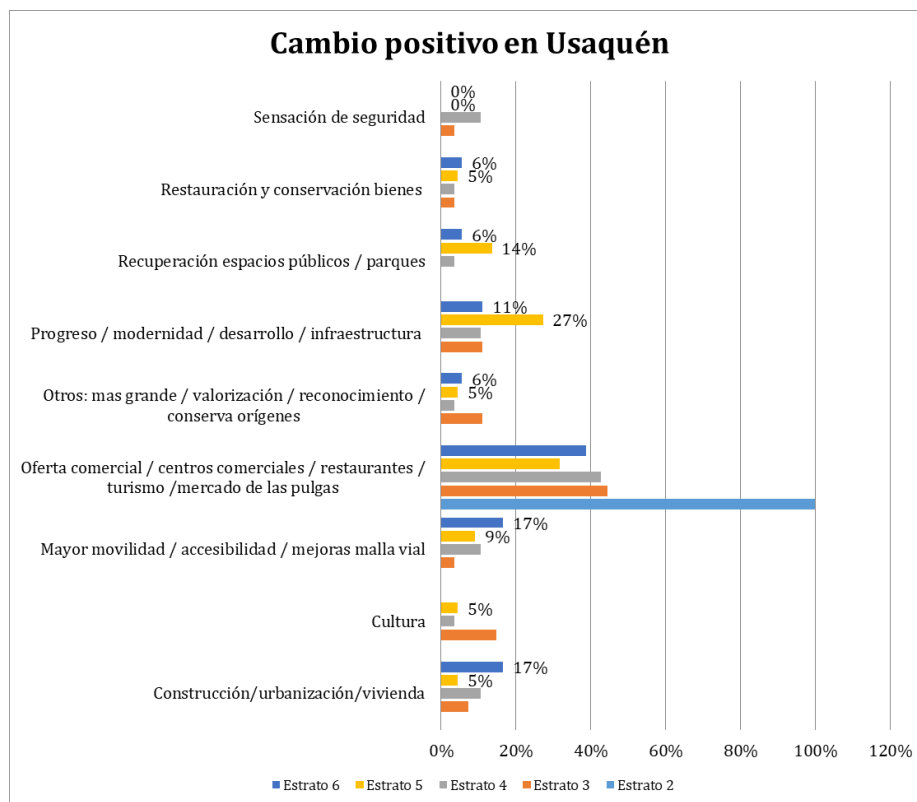
Ilustración 181 Vínculos con la ZIT Usaquéen: vínculo afectivo con el lugar versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

El vínculo afectivo con la ZIT Usaquéen es alto, de acuerdo con los porcentajes que revelan todos los estratos, en este caso nuevamente puntea el estrato 2, con un 93.3%, seguido del estrato 3 con 83.3%; le sigue el estrato 5 con un 75%; y los estratos 6 y 4 con un 66% y 65%, respectivamente. Los habitantes quieren seguir viviendo allí y además sienten un fuerte vínculo con el lugar.

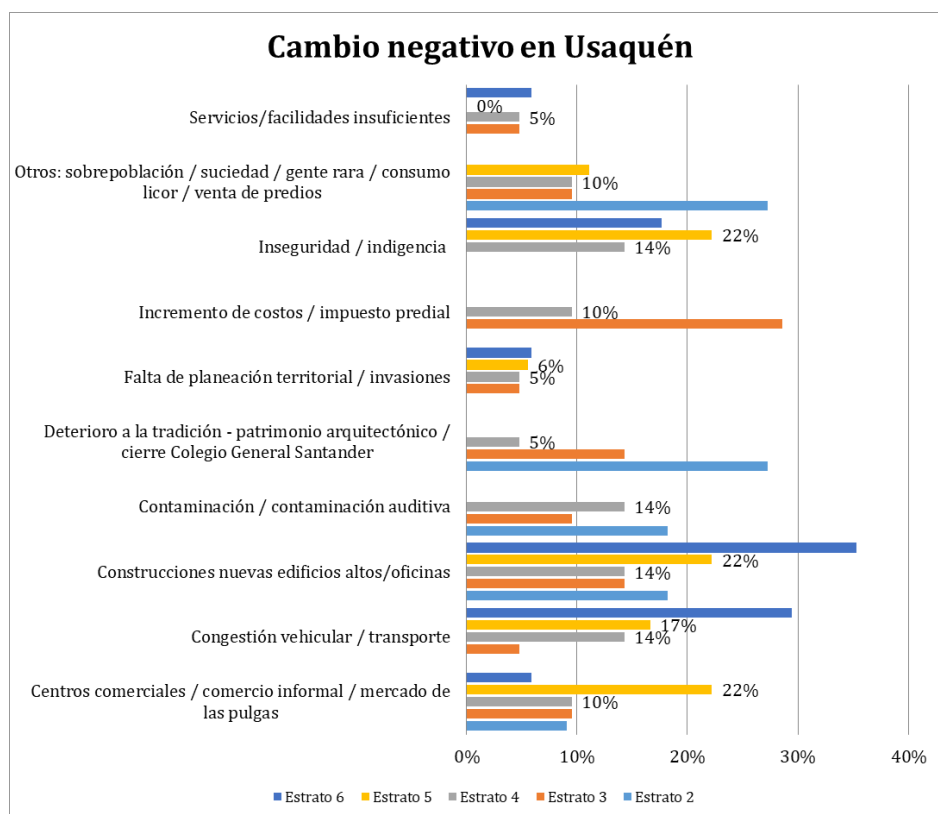
Ilustración 182 Vínculos con la ZIT Usaquéen: cambio positivo en la zona versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

De un total de 216 habitantes a los que se les realizó la encuesta, 102 han vivido por más de 15 años allí. De estos, un amplio porcentaje consideran que el mayor cambio positivo de la ZIT Usaquéen en este periodo, ha sido la aparición de la oferta comercial, los centros comerciales, los restaurantes, el turismo y el mercado de las pulgas. El 100% del estrato 2 concuerda con esta respuesta, seguido del estrato 3 y 4, con un 44% y 42%, respectivamente, seguidos de los estratos 5 y 6 que se encuentran entre un 30 y un 40%. El segundo cambio positivo más importante para el 27% del estrato 3, es lo que ellos calificaron como progreso, modernidad, desarrollo e infraestructura; el 17% del estrato 6 identificó aspectos relacionados con la construcción, urbanización y vivienda; por último, el 14% del estrato 5, coincidió en que la recuperación de espacios públicos y parques, ha sido el cambio positivo más significativo en los últimos 15 años.

Ilustración 183 Vínculos con la ZIT Usaquéen: cambio negativo en la zona versus estrato



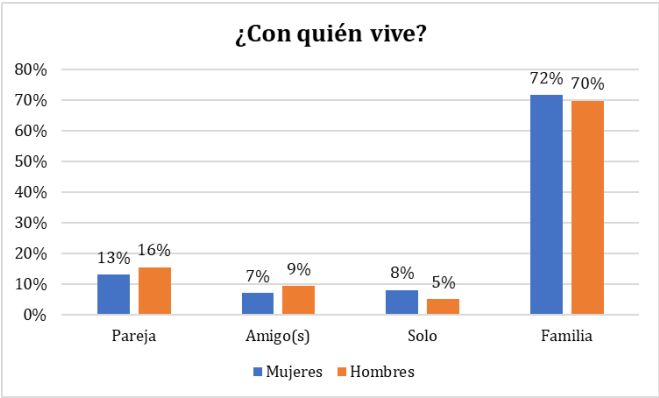
Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

El cambio negativo lo identificaron 89 habitantes de los que han vivido en la ZIT Usaquéen por más de 15 años allí. El 27% del estrato 2, coincide en que el cambio negativo más significativo ha sido el deterioro de la tradición y el patrimonio arquitectónico junto con el cierre del Colegio General Santander; el mismo porcentaje indica que también ha sido negativo el aumento en el consumo de licor, de suciedad y de sobrepoblación. El estrato 3 por su parte indica en un 29%, que el mayor impacto ha sido el incremento en los precios y de impuestos. el estrato 6, con un 35%, identifica las construcciones nuevas la aparición de oficinas y los edificios altos. El estrato 4, con 14%, divide su opinión entre congestión vehicular y transporte y construcciones nuevas, oficinas y edificios altos, contaminación, inseguridad e indigencia. Un caso similar ocurre con el estrato 5, que se distribuye con un 22% en: construcciones nuevas, oficinas y edificios altos, inseguridad e indigencia, comercio informal

y mercados. Finalmente, con el mayor porcentaje en las respuestas, el 35% del estrato 6 coincidió en que el mayor cambio negativo ha sido la construcción de nuevos edificios, su altura y las oficinas.

Vínculos con el lugar versus género

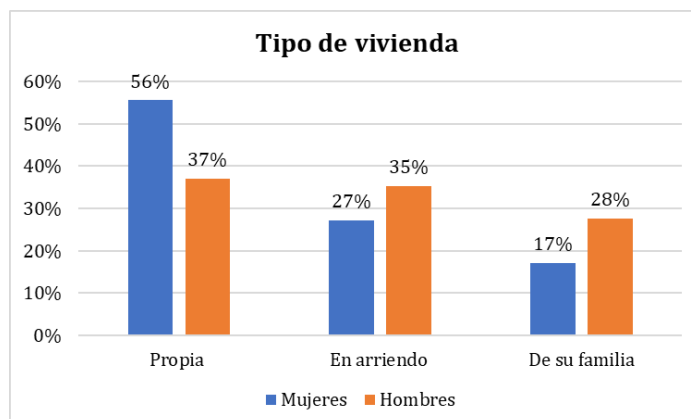
Ilustración 184 Vínculos con la ZIT Usaquéen: con quién vive versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

72% de las mujeres y 70% de los hombres encuestados viven con sus familias. Siguiendo porcentualmente, un 13% de las mujeres y un 16% de los hombres viven en pareja; un 7% y un 9% respectivamente, viven con amigos; y un porcentaje muy bajo, sólo el 8% y el 5%, respectivamente viven solos.

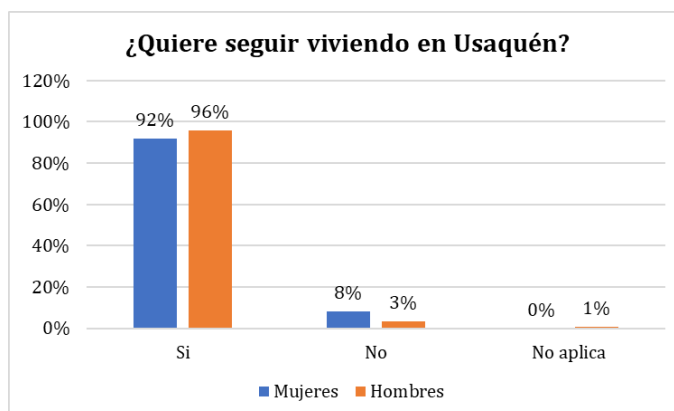
Ilustración 185 Vínculos con la ZIT Usaquéen: Tipo de vivienda versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

Para un 56% de las mujeres y un 37% de los hombres, la vivienda es propia. un mayor porcentaje de hombres, el 35% frente a un 28% de las mujeres, viven en arriendo; por último, un 28% y un 17% de las mujeres viven en la casa de su familia.

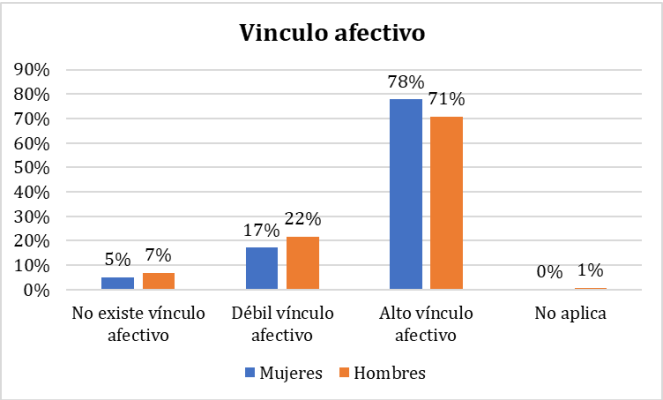
Ilustración 186 Vínculos con la ZIT Usaquéen: Quiere seguir viviendo versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

Altos porcentajes de los encuestados, 92% de las mujeres y 96% de los hombres, quieren seguir viviendo en la ZIT Usaquéen.

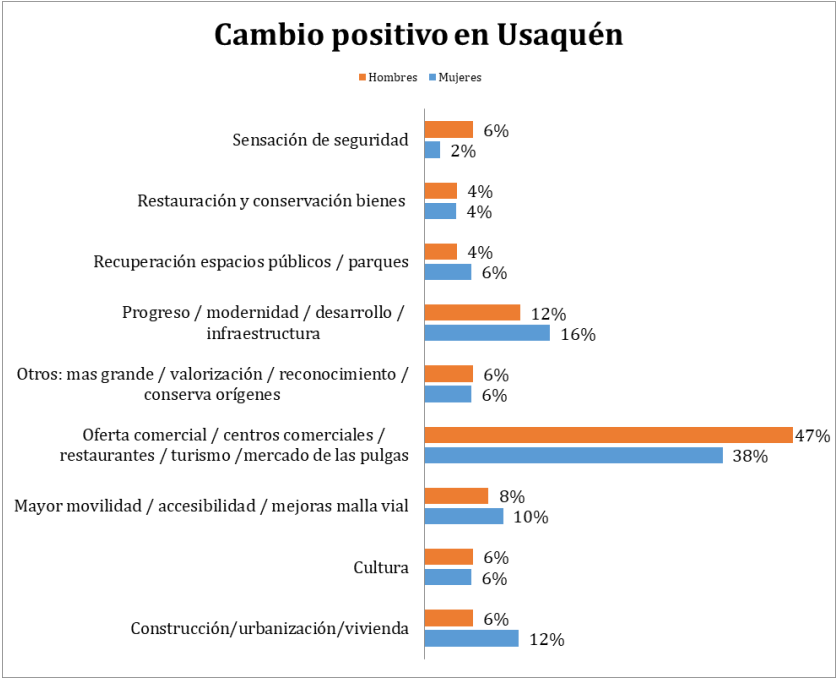
Ilustración 187 Vínculos con la ZIT Usaquéen: Vínculo afectivo versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

Igualmente existe un alto vínculo afectivo de los habitantes con la ZIT Usaquéen, 78% de las mujeres y 71% de los hombres; mientras que un 17% de los hombres y un 22% de las mujeres tienen un débil vínculo con la zona.

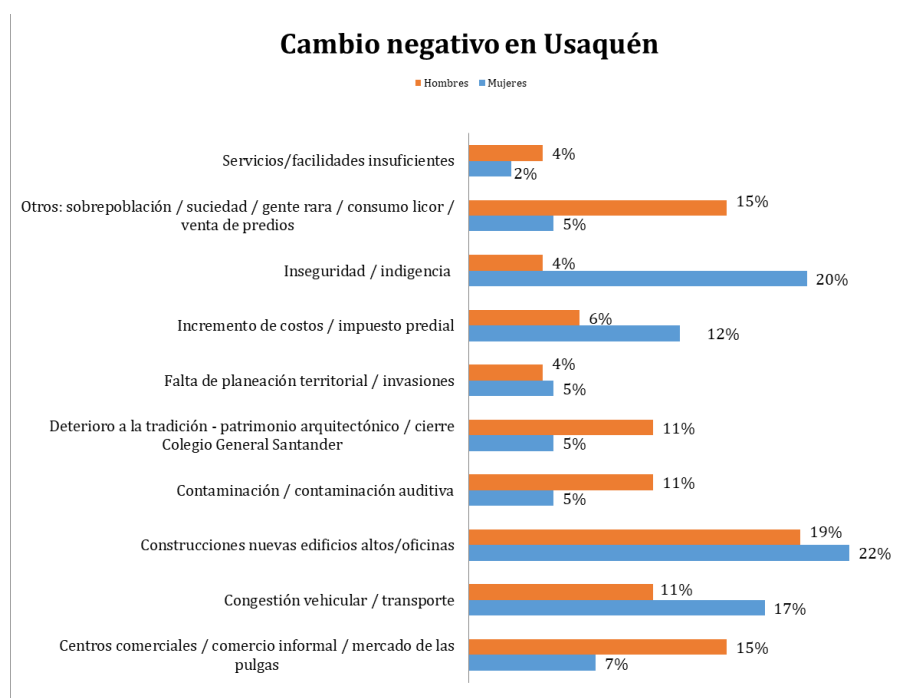
Ilustración 188 Vínculos con la ZIT Usaquéen: Cambio positivo versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

De los habitantes que contestaron esta pregunta, el 47% de los hombres y el 38% de las mujeres, identifican como un cambio positivo de los últimos 15 años en la ZIT Usaquéen, la oferta comercial, de centros comerciales, restaurantes, turismo y mercados. Así mismo, el cambio positivo lo vieron en lo que ellos identificaron como progreso, modernidad, desarrollo e infraestructura, con un 16% de las mujeres y un 12% de los hombres.

Ilustración 189 Vínculos con la ZIT Usaquéen: Cambio negativo versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

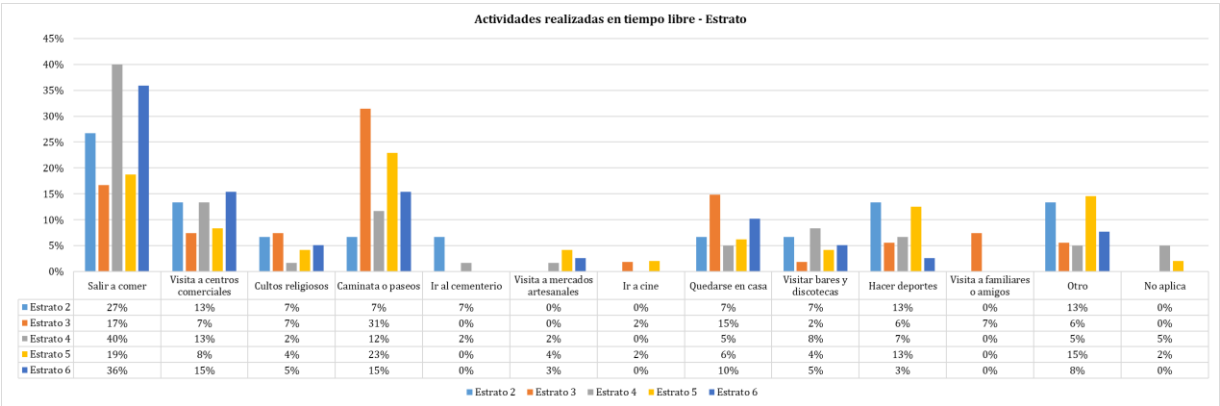
Ambos grupos identificaron como cambio negativo, las construcciones nuevas, las oficinas y su altura, con un 22% las mujeres y un 19% los hombres. Por otro lado, un 20% las mujeres y un 4% de los hombres, indican que la inseguridad y la indigencia es uno de los cambios negativos; el 17% de las mujeres y el 11% de los hombres consideran que es la congestión vehicular y el transporte; un 15% de hombres y un 5% de las mujeres, consideran que el mayor cambio negativo es la sobrepoblación, suciedad, consumo de licor y venta de predios;

por último el 15% de los hombres y el 7% de las mujeres identifican que la aparición de centros comerciales, el comercio informal y los mercados, son el mayor problema de los últimos años. En esta variable se evidencian mayores diferencias entre hombres y mujeres al valorar problemáticas asociadas a cambios negativos en los últimos años en la ZIT Usaquén.

5.3.2.2 Tiempos, marcas y ritos

Tiempos, marcas y ritos versus estrato

Ilustración 190 Tiempos, marcas y ritos en la ZIT Usaquén: actividades realizadas durante su tiempo libre zona versus estrato

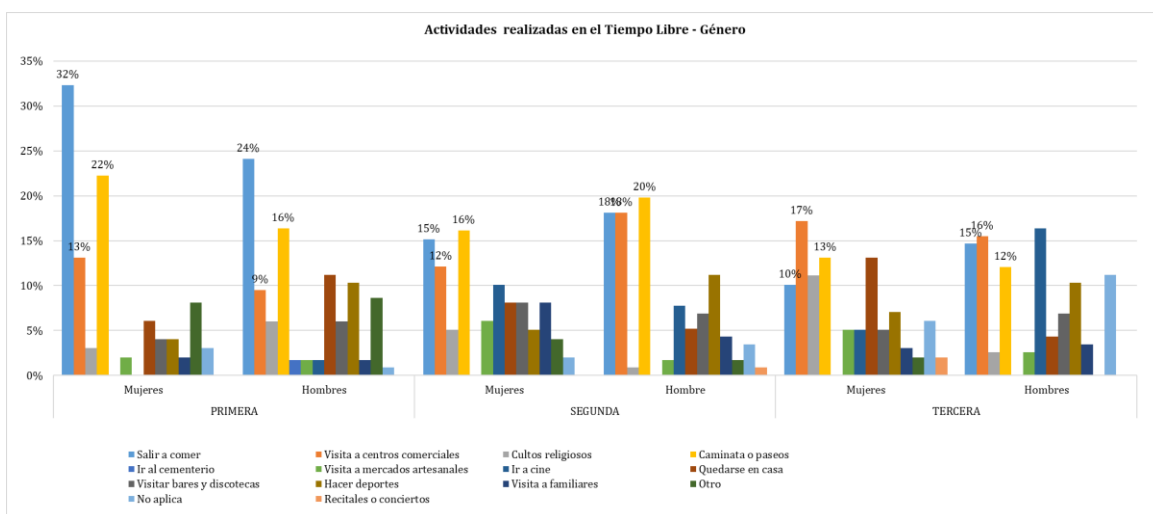


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquén

Entre las diferentes opciones de actividades a realizar durante su tiempo libre, los habitantes califican como la más importante así: para los estratos 2 con 27%, 4 con 40%, y 36% es salir a comer; la caminata o paseos aparece como la más importante para el estrato 3 con 31% y para el estrato 5 con 23%; de resto se distribuyen los porcentajes en la visita a centros comerciales, caminata o paseos, salir a comer y aparece la visita a familiares o amigos entre las segunda y tercera opción.

Tiempos, marcas y ritos versus género

Ilustración 191 Tiempos, marcas y ritos en la ZIT Usaquéen: actividades realizadas durante su tiempo libre zona versus género



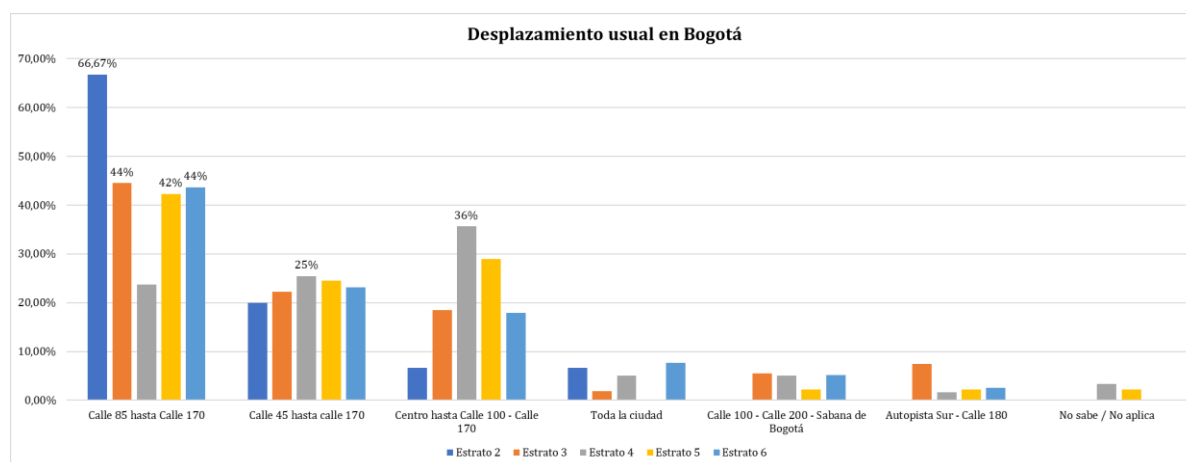
Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen

Entre las actividades realizadas en el tiempo libre, en primer lugar, se encuentra salir a comer con un 24% de las mujeres y 32% de los hombres; en segundo lugar, se encuentra caminata o paseos con un 16% de las mujeres y un 20% de los hombres; en tercer lugar, se encuentra visitar centros comerciales con un 17% de las mujeres y un 16% de los hombres. De acuerdo con lo anterior, y partiendo de la variada oferta de la zona, sus habitantes prefieren

principalmente tres actividades para realizar en su tiempo libre: Salir a comer, Caminatas o paseos y finalmente centros comerciales.

Rutinas versus estrato

Ilustración 192 Rutinas: Desplazamiento usual en Bogotá versus estrato

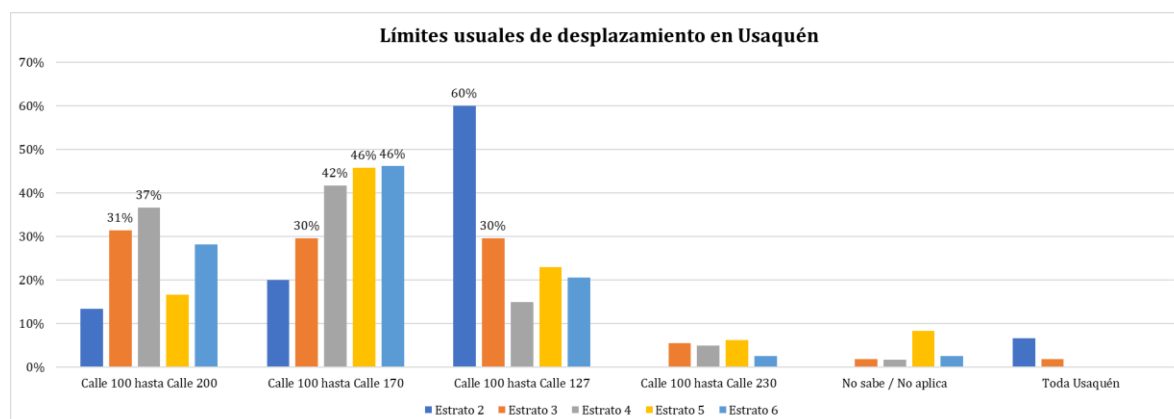


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen

Los habitantes de la ZIT Usaquéen de los estratos 2, 3, 5 y 6 coincidieron en que la zona por la que más se desplazan en la ciudad de Bogotá es desde la Calle 85 hasta la Calle 170, es decir, la zona Norte de la ciudad; el estrato 2 coincidió en un 66,67%, siendo el estrato que más se inclinó por este espacio de desplazamiento, de los estratos 3 y 6 con un 44% en ambos casos y del estrato 5 con un 42%. En el caso del estrato 4, este grupo de habitantes indicó en un

36% que se desplaza más desde el Centro hasta la Calle 100 y la Calle 170, y en segundo lugar desde la Calle 45 a la Calle 170 con un 25%.

Ilustración 193 Rutinas: Límites usuales de desplazamiento versus estrato

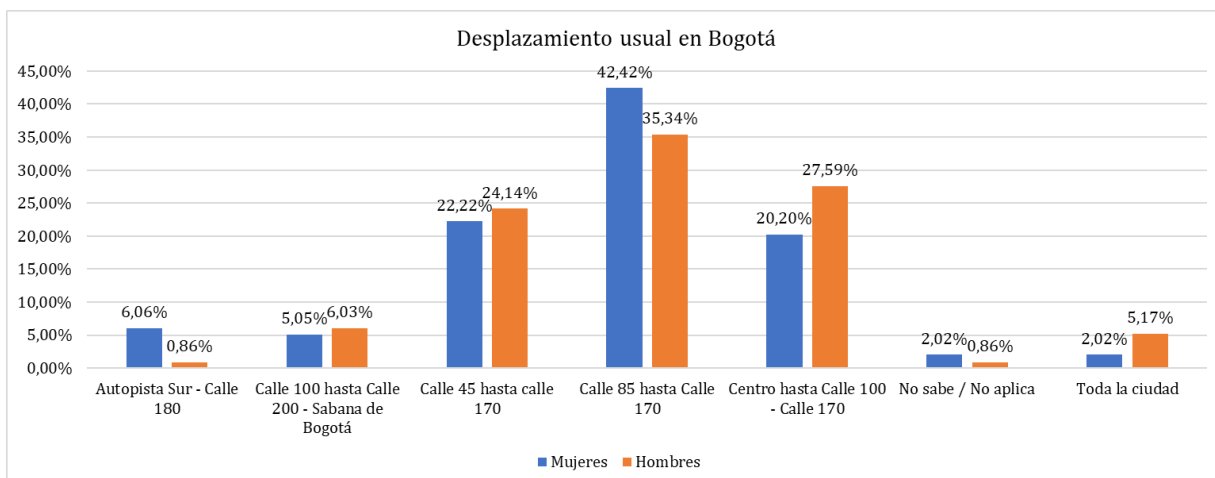


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquén

De acuerdo con las respuestas de los habitantes de la ZIT Usaquén, en un primer acercamiento los límites por los que más se desplazan son desde la Calle 100 a la Calle 170; el estrato 5 y el estrato 6 son los que más destacan en esta opción con un 46% para ambos estratos, mientras que el estrato 4 con un 42%. Para el caso del estrato 2, este se inclinó en gran medida por los límites desde la Calle 100 hasta la Calle 127 con un 60%. Por su parte, el estrato 3 tuvo comportamiento semejante en tres opciones de límites: Calle 100 hasta Calle 200, 31%; Calle 100 hasta Calle 170, 30% y Calle 100 hasta Calle 127, 30%.

5.3.2.3 Rutinas versus género

Ilustración 194 Rutinas: Desplazamiento usual en Bogotá versus género

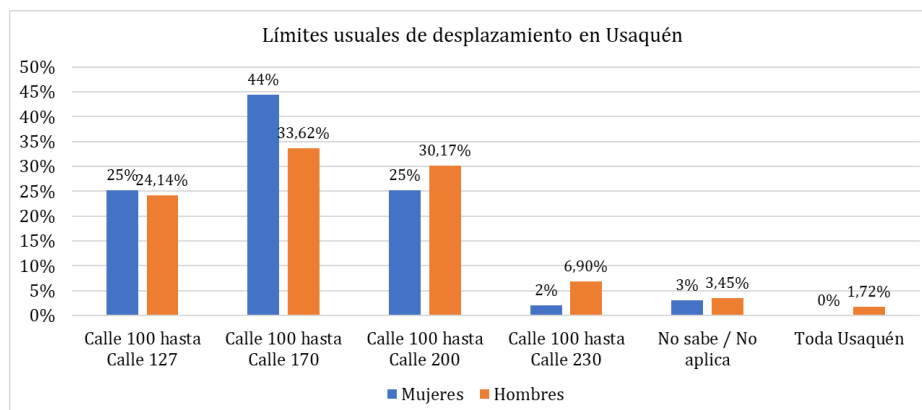


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaqué

Tanto hombres como mujeres, habitantes de la ZIT Usaqué, coincidieron en que los desplazamientos más usuales los realizan entre la Calle 85 y la Calle 170, es decir la zona norte de la ciudad; las mujeres con un 42,42% y los hombres con un 35,34%. En el caso de los hombres, un segundo espacio usual para su desplazamiento es entre el Centro y la Calle

100 – Calle 170 con un 27,59%, mientras que las mujeres, un segundo espacio es entre la Calle 45 y la Calle 170.

Ilustración 195 Rutinas: Límites usuales de desplazamiento versus género



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquén

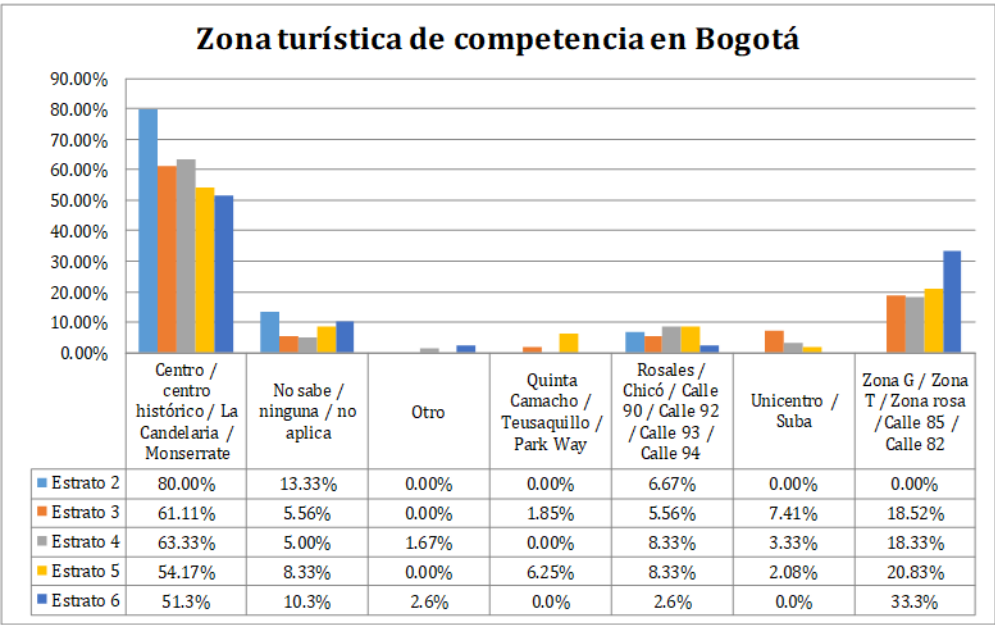
Los límites de la ZIT Usaquén con los que más coincidieron tanto hombres como mujeres son el de la Calle 100 y la Calle 170, con un 44% en mujeres y un 33,62% los hombres. Sin embargo, una segunda opción de límites para el caso de los hombres se acerca en gran manera a la primera opción con un 30,17% y es la de Calle 100 hasta la Calle 200. Por el contrario, las mujeres dividieron su opinión entre la Calle 100 y la Calle 127 con un 25% y la Calle 100 hasta la Calle 200 también con un 25%.

5.3.3 Otredades: interrelación con los turistas y visitantes

5.3.3.1 Afinidades

Afinidades versus estrato

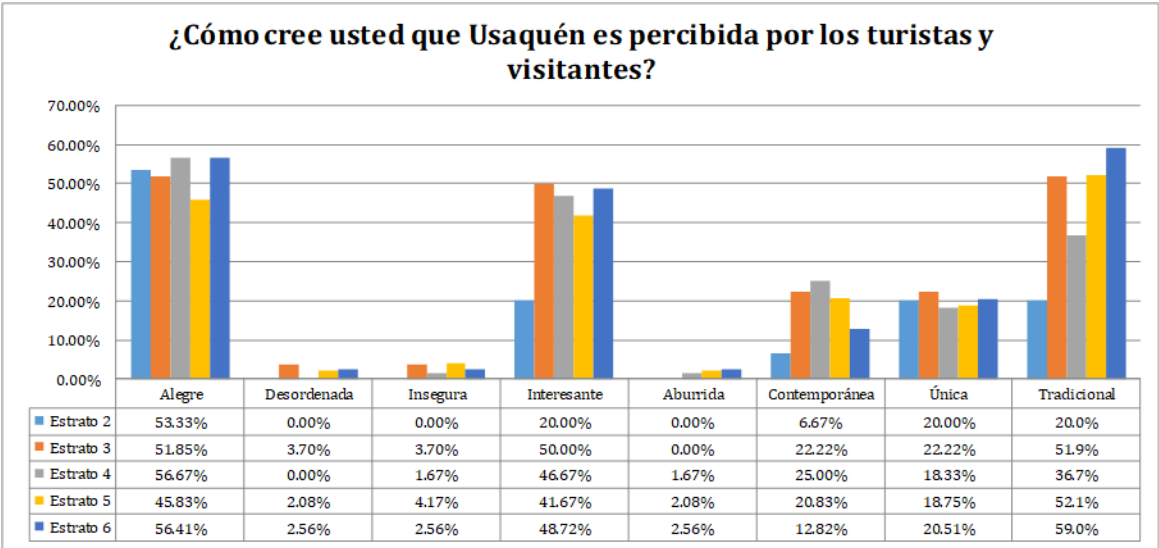
Ilustración 196 Afinidades en la ZIT Usaquéen: zonas turísticas que compiten con la ZIT Usaquéen en Bogotá versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

La zona turística de competencia de la ZIT Usaquéen en Bogotá, identificada por los habitantes de todos los estratos, corresponde a: centro de Bogotá, centro histórico, La Candelaria, Monserrate. Los porcentajes de respuesta son: estrato 2, 80%; estrato 3, 61.11%; estrato 4, 63.3%; estrato 5, 54.1%; estrato 6, 51.3%. La segunda respuesta con mayor porcentaje corresponde a la zona G, a la zona T, a la zona rosa, la calle 85 y 82, para los estratos 3, 4, 5 y 6, pues el estrato 2, tiene un 0% de respuesta para las zonas identificadas en esa respuesta.

Ilustración 197 Afinidades en la ZIT Usaquéen: percepción de la ZIT Usaquéen por los turistas versus estrato

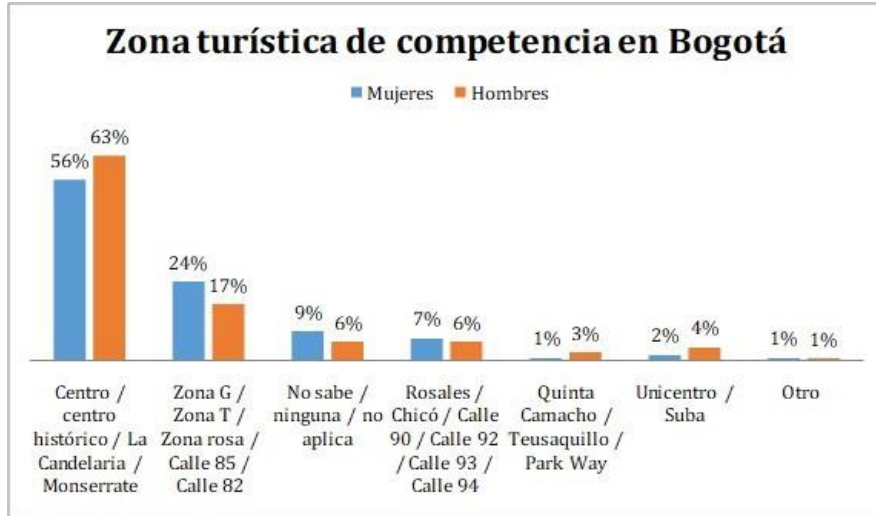


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

A la pregunta ¿cómo cree usted que la ZIT Usaquéen es percibida por los turistas?, las respuestas por parte de los habitantes con mayores porcentajes, fueron aquellas que representan aspectos positivos: alegre, interesante, tradicional. Por ejemplo, para el estrato 6, 59%, cree que es percibida como tradicional y 56% como alegre; para el estrato 3, 50% considera que es percibida como interesante. Aunque el estrato 2, considera que es percibida en un 53.3% como alegre, sólo el 20% considera que es percibida como interesante y como tradicional. Aparecen algunos porcentajes entre el 18 y el 20%, que consideran que la ZIT Usaquéen es contemporánea.

Afinidades versus género

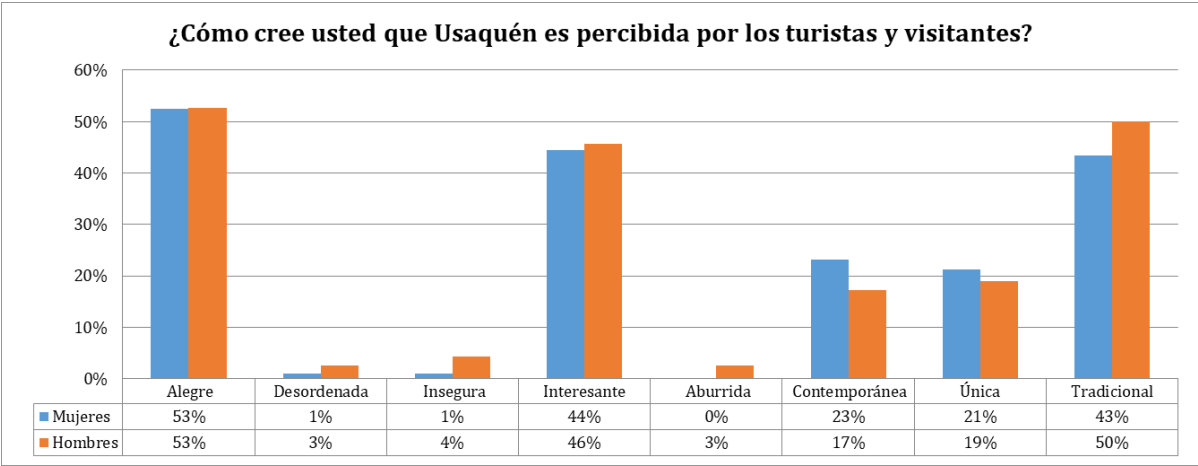
Ilustración 198 Zonas turísticas de competencia de la ZIT Usaquéen en Bogotá.



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

Un 56% de las mujeres y 63% de los hombres considera que una zona turística de Bogotá que signifique competencia para la ZIT Usaquéen es el centro de Bogotá, identificando respuestas como centro, centro histórico, La Candelaria y Monserrate. En segundo lugar, un 24% de los hombres y un 17% de las mujeres consideran que el lugar donde habitan compite la llamada zona G, la zona T, la calle 85 y la calle 82, zonas que han venido surgiendo en la ciudad como un conglomerado de oferta comercial, de restaurantes, bares, etc. con expresiones arquitectónicas y estéticas muy contemporáneas.

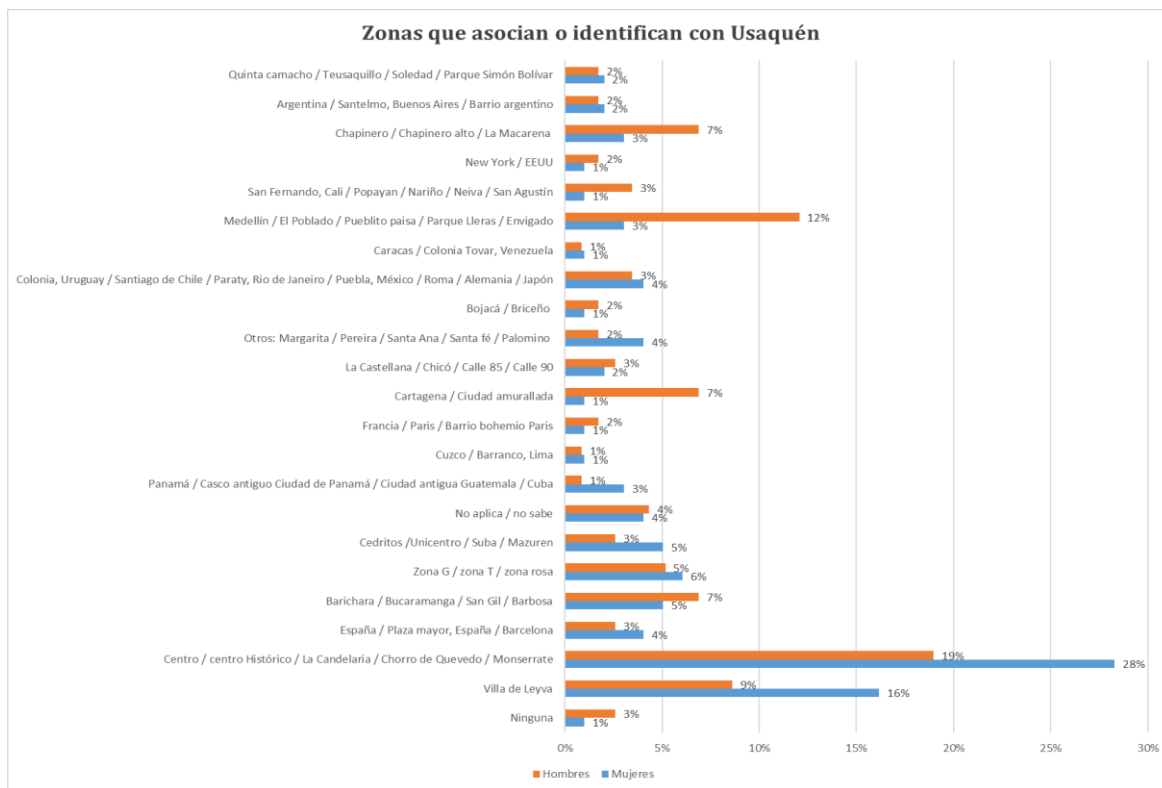
Ilustración 199 ¿Cómo cree usted que la ZIT Usaquéen es percibida por los turistas y visitantes?



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

53% de las mujeres consideran que los turistas y visitantes de la ZIT Usaquéen la perciben como un lugar alegre; 44% consideran que lo perciben como interesante; y 43% como tradicional. 53% de los hombres consideran que los turistas y visitantes la perciben como un lugar alegre; 46% como interesante; y 50% como tradicional.

Ilustración 200 Zona que asocia o se identifica con la ZIT Usaquéen

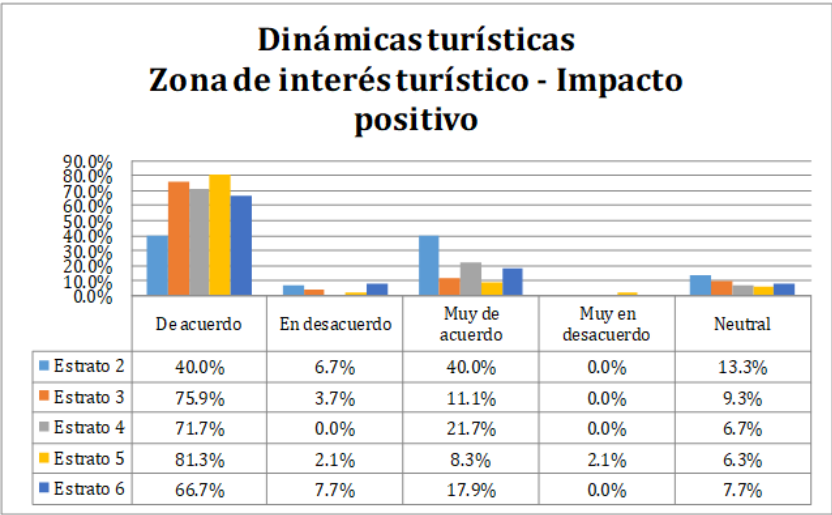


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en septiembre de 2017 en la ZIT Usaquéen.

Nuevamente, coincidiendo con la zona de competencia, la principal zona con la que se asocia o identifica a la ZIT Usaquéen es el centro, centro histórico, La Candelaria, Chorro de Quevedo, por un 28% de las mujeres y 19% de los hombres. Un 12% de los hombres la asocian con sectores de Medellín; un 16% de las mujeres con Villa de Leyva. Otra zona de la ciudad de Bogotá con la que los hombres la relacionan es Chapinero, Chapinero Alto y La Macarena con un 7%, por el contrario, las mujeres la identifican con la Zona G, Zona T y Zona Rosa con un 6%. A nivel nacional, también fue identificada con la ciudad de Cartagena y con Barichara.

5.3.3.2 Lejanías

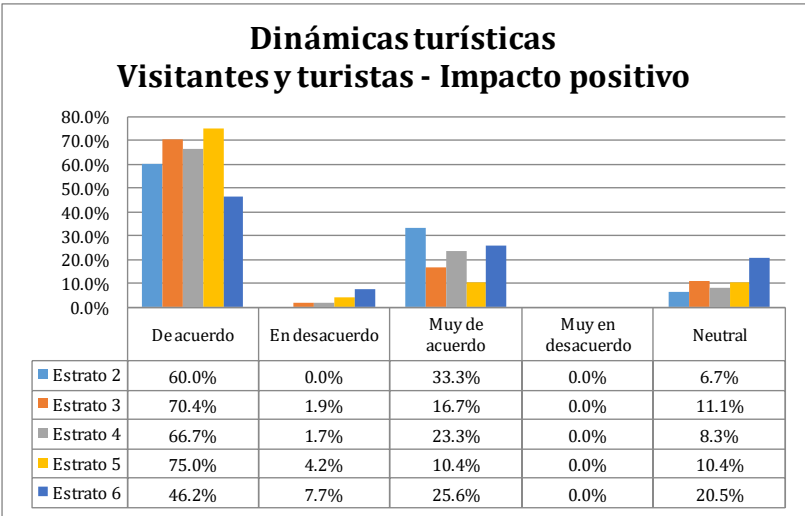
Ilustración 201 Lejanías en la ZIT Usaquéen: impactos positivos del turismo versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

Los habitantes están de acuerdo en que las dinámicas turísticas generan impactos positivos en la ZIT Usaquéen: 40% del estrato 2; 74.9% del estrato3; 71.7% del estrato 4; 81.3% del estrato 5; y 66.7% del estrato 6.

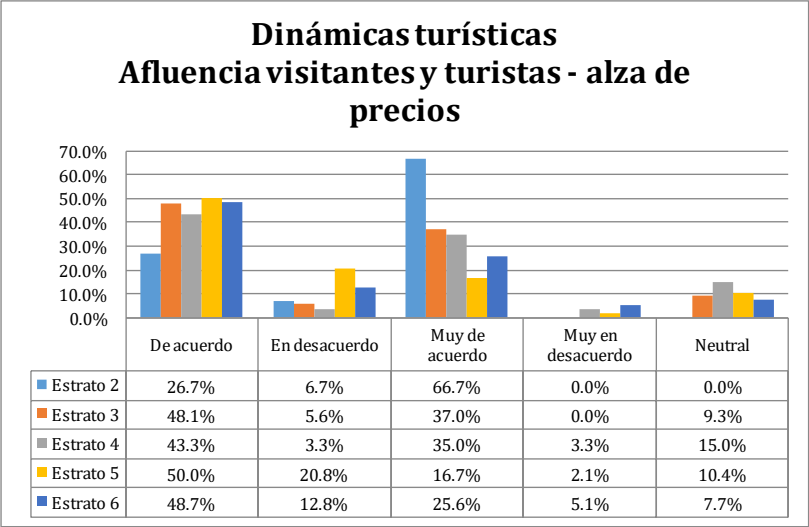
Ilustración 202 Lejanías en la ZIT Usaquéen: impactos positivos del turismo versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

Los habitantes están de acuerdo en que los visitantes y turistas generan igualmente un impacto positivo en la zona. El mayor porcentaje de respuesta se refleja en el estrato 3 con 70.4% y 5 con 75%, le siguen el estrato 4 con 66,7%, el 2 con 60% y, por último, el 6 con el 46%.

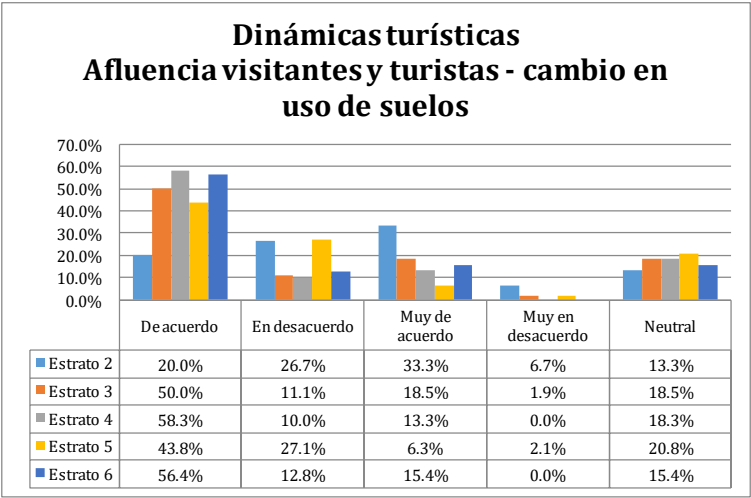
Ilustración 203 Lejanías en la ZIT Usaquéen: afluencia de turistas genera alza de precios versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

66.7% de las personas de estrato 2, está muy de acuerdo con que la afluencia de visitantes y turistas ha generado en un alza de precios en el sector. Los demás estratos, están de acuerdo, con porcentajes que oscilan entre el 43% y el 50%. Empiezan a aparecer porcentajes en desacuerdo, un 20% del estrato 5 y un 13% del estrato 6.

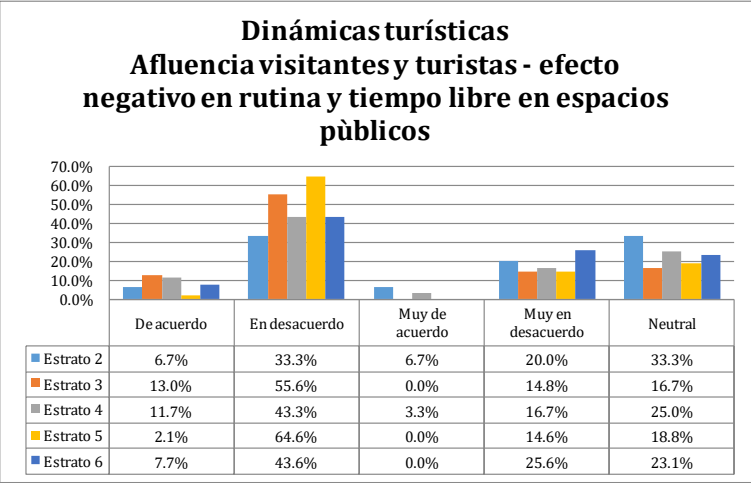
Ilustración 204 Lejanías en la ZIT Usaquéen: afluencia visitantes y turistas genera cambio en el uso de suelos versus estrato



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

Un alto porcentaje de los habitantes consideran que la afluencia de visitantes y turistas ha generado cambios en los usos del suelo de la zona, con lo cual los estratos 3, 4, 5 y 6 están de acuerdo con un 50%, 58%, 43% y 56%, respectivamente. El estrato 2, con un 33 %, está muy de acuerdo. Muy de acuerdo también presenta porcentajes significativos en el estrato 2 con un 33,3% y un 18.5% del estrato 3.

Ilustración 205 Lejanías en la ZIT Usaquéen: afluencia turistas genera efecto negativo en rutina y tiempo libre en espacios públicos, del turismo versus estrato.

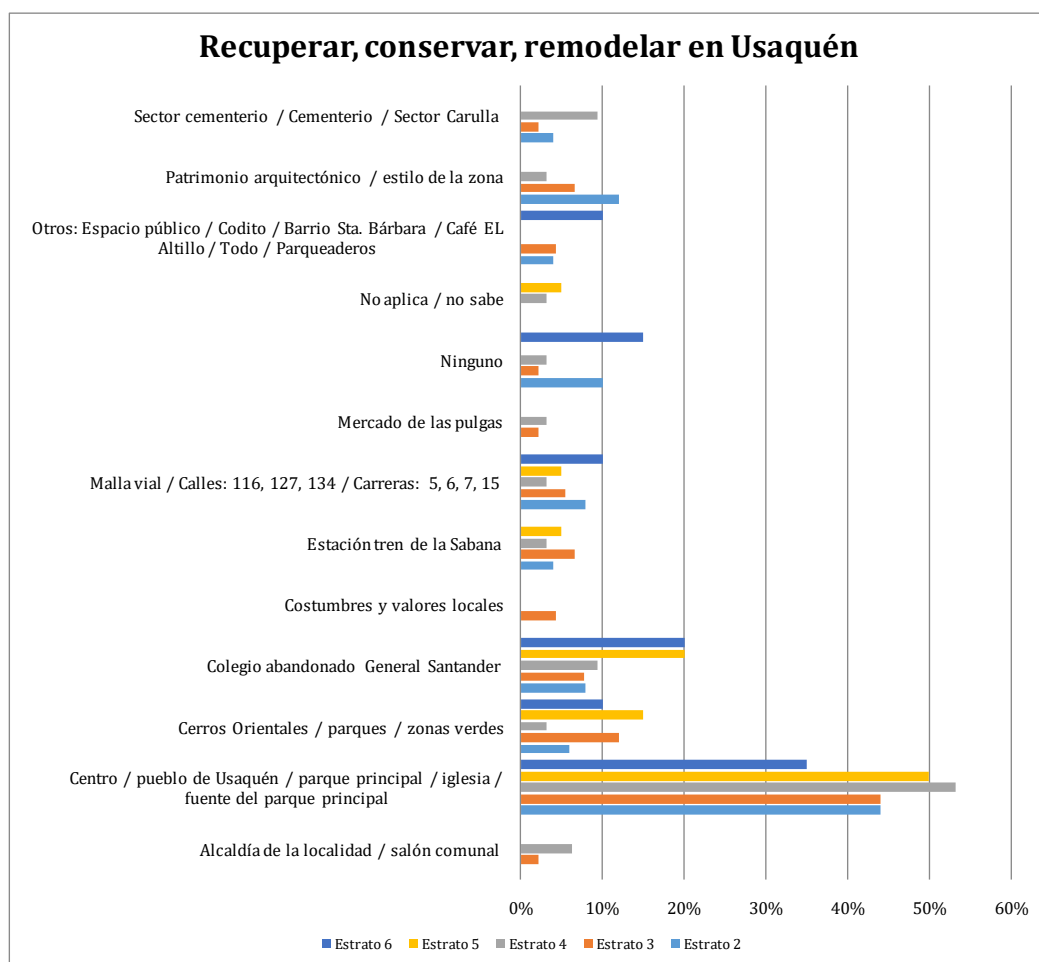


Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

Los habitantes están en desacuerdo con que la afluencia turistas genera efecto negativo en sus rutinas y tiempo libre en espacios públicos: el 33,3% del estrato 2; el 55.6% del 3; el 43.3% del 4 el 64.6% del 5 y el 43.6% del 6. Un 13% del estrato 3 y un 11.7%% del estrato 4.

5.3.3.3 Anhelos

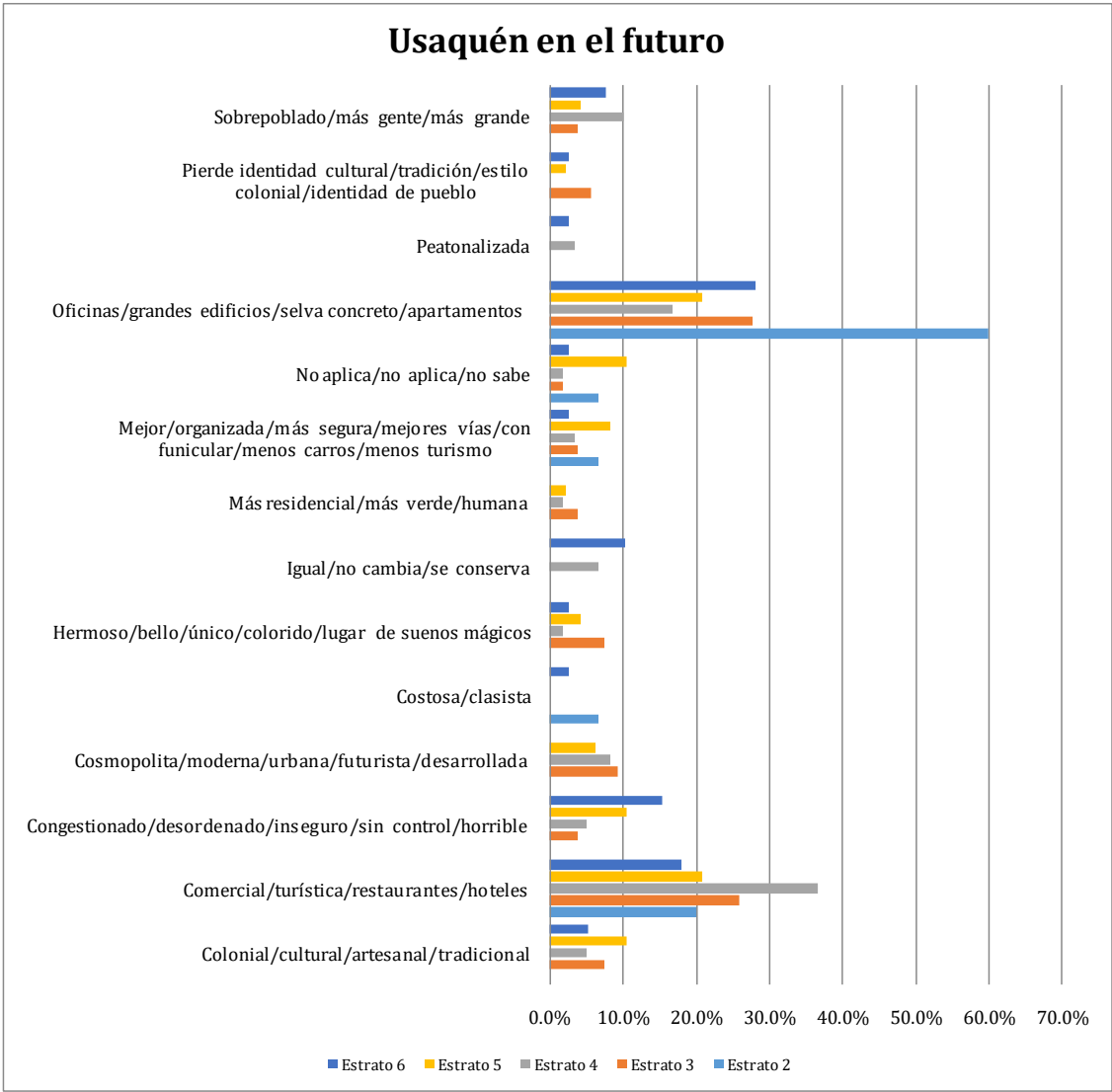
Ilustración 206 Anhelos en la ZIT Usaquéen: zonas a recuperar versus estrato.



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

El 44% del estrato 2 y 3, el 53% del estrato 4, el 50% del estrato 5 y el 35% del estrato 6, si tuvieran la oportunidad de recuperar una zona de la ZIT Usaquéen, sería el centro del pueblo, lo que corresponde al parque principal e iglesia; así como el Colegio General Santander, el cual se encuentra en amenaza de ruina y hace parte de una disputa como se explicó anteriormente, con un 20% del estrato 5 y 20% del estrato 6.

Ilustración 207 Anhelos en la ZIT Usaquéen: cómo ven su futuro versus estrato.



Fuente: Elaboración propia con base en levantamiento de encuesta en la ZIT Usaquéen

Los habitantes de la ZIT Usaquéen ven el futuro de su zona así: en primer lugar, el 60% del estrato 2; el 27.8% del estrato 3; el 20.8% del estrato 5; y el 28.2% del estrato 6, la proyectan como llena de oficinas, grandes edificios y apartamentos, como una “selva de concreto”, siendo notorio el porcentaje más alto el del estrato 2. En segundo lugar, el estrato 3, con 36.7%, el estrato 2, con un 20%; el 3, con un 25.9%; el 5, con un 20.8%; y el 6, con un 17.9% ven la zona a futuro como comercial, turística, gastronómica y de hoteles, coincidiendo estas expectativas y proyecciones con lo que efectivamente está pasando allí.

Algunas Reflexiones

Retomando a Durand, en la construcción imaginaria de los habitantes de los lugares turísticos contemporáneos como la ZIT Usaquéen, se evidencia cómo entran a jugar dos formas de representarse el mundo: la directa, constituida por diversas formas de percepción o sensación; y la indirecta, a través de la imaginación, la representación y la memoria. Las variables propuestas a partir de la adaptación de la metodología de Silva (2006), evidenciaron una amalgama de sentimientos, deseos, sensaciones, temores y anhelos frente a los dinámicas y prácticas turísticas de aparición reciente, y que se encuentran en constante cambio.

A través de lo que expresan los habitantes, se puede rastrear cómo la temporalidad de los lugares turísticos contemporáneos, no es lineal, no registra un pasado, presente y futuro en etapas claramente delimitadas y definidas. Por el contrario, los imaginarios encarnan una mezcla de deseos asociados a un preservar y recuperar el pasado, pero simultáneamente una aceptación del cambio que trae el llamado desarrollo, las nuevas expresiones arquitectónicas, como los centros comerciales, los restaurantes, bares, etc., como apuestas estéticas del turismo; creando en los sujetos una dialéctica permanente de anhelos contradictorios. Se rechaza y se acepta, y los habitantes son permeables a las nuevas dinámicas, cambiando sus imaginarios, proyectando nuevos sentidos y significaciones, en la medida en que los cambios se van dando de manera abrupta en el lugar.

El simbolismo aparece con mayor potencia en los lugares turísticos, en donde las prácticas turísticas están vinculadas más al sentir y percibir que al saber. Se expresa en contenidos diversos de colores, aromas y sabores con múltiples significados; trayendo en un solo espacio y de manera simultánea hitos internacionales, los cuales se encarnan en los mercados de artesanías, en la gastronomía, etc., todo lo cual aparentemente genera procesos de percepción de sus habitantes de elementos de diferenciación e identidad local, pero que finalmente son expresiones cada vez más estandarizadas y globales.

Las tres categorías propuestas por Durand nos ayudan a comprender las diversas expresiones simbólicas que se están dando en los lugares turísticos contemporáneos. En relación con los gestos que se expresan como símbolos rituales, los turistas han aprehendido una particular manera de relacionarse con los destinos turísticos y con sus habitantes. Los marcadores de los atractivos turísticos más representativos, deben ser captados por la cámara fotográfica, de tal manera que se estandarizan los itinerarios y las prácticas turísticas son emuladas por todos aquellos que visitan un lugar en particular: Echar la moneda en la fuente si se quiere volver al sitio, tocar la imagen de un santo famoso que es visitado por un milagro en particular, tomar el café en el sitio que fue visitado por algún famoso artista, etc. En la ZIT Usaqué, como lugar contemporáneo se expresan algunas rutinas como la estandarización de las prácticas turísticas: un itinerario demarcado por la puesta en escena de los mercados de artesanos a lo largo de ciertas calles, la localización de restaurantes de marca en determinadas zonas en las que se concentra una oferta que está de moda y que por lo tanto, los turistas no pueden dejar de visitar, convirtiéndose en una práctica rutinaria y repetitiva que establece las pautas de visita al lugar.

Las relaciones lingüísticas, a través de los mitos y sus derivados, se expresan desde la aparición del llamado turismo moderno, y que fue descrito en el primer capítulo de esta investigación, en el que las prácticas turísticas recogen y expresan el ser Occidental, una particular forma de estética asociada a las diversas maneras como se pone en valor para la mirada de los turistas, símbolos representativos de la materialidad de las culturas griega y

romana. Por ejemplo, se retoma en el turismo cultural europeo, el cual estuvo muy concentrado hasta hace pocos años, en destacar en sus formas de promoción y en el diseño de sus productos turísticos e itinerarios, todos aquellos atractivos y narrativas vinculadas al legado monumental de esas culturas y su influencia a lo largo de los siglos. El turismo contemporáneo ha complejizado aún más las formas de valoración turística, adaptando todo tipo de mitos y sus derivados, para ponerlos en valor en cualquier lugar del mundo: la era de los dinosaurios que se explota en muchos lugares del planeta, como parques temáticos asociados a estas imágenes de animales ya inexistentes pero que son de fácil recordación e identificación, dada su gran difusión a través de películas y libros. Los mitos locales que se aprovechan para construir relatos asociados al mismo, etc. En la ZIT Usaqué, se evidencia justamente una explosión de múltiples mitos y relatos de diversos lugares: lejanos y cercanos, de cuyas imágenes se encarnan en los souvenirs y en los diversos objetos que se venden en los mercados de artesanías que se instalan los días domingo en el sitio y sus habitantes han venido aceptando e incorporando en sus imaginarios las dinámicas actuales.

El poder de la imagen simbólica original se reproduce en simultánea en diversos lugares, por ese poder de sentidos que se construye a su alrededor, el aura del lugar, que se expande en un doble juego de presencia de la ausencia, la copia que representa al original sería la presencia y la ausencia su complemento, la evocación del original.

Durand plantea cómo se dan variaciones en la intensidad simbólica, pastiches posiblemente de las originales, y la intensidad significativa del sistema de redundancias iconográficas, lo que representan sus copias en el caso de los lugares turísticos. El original, en este caso Disney, contiene el mayor sentido que vuela a través de sus iconografías en diversos lugares del mundo, convirtiéndose a veces en ídolo o fetiche, en palabras de Durand y refiriéndose a las obras de arte cuando son copiadas, lo cual termina por desfigurar algunas veces el sentido inicial de la obra, y en este caso del lugar. Esta perspectiva da la entrada para comprender cómo la ZIT Usaqué está encarnando estas copias o redundancias significativas, que, aunque aparentemente vacías de sentido y descontextualizadas, surgen

con mucha potencia en cualquier lugar y para cualquier turista dispuesto a su consumo efímero, constituyendo nuevas formas de experiencia turística, fenómeno que también se identifica como la disneyficación del mundo. Esta proyección de imágenes simbólicas en un lugar turístico, también son percibidas de diferentes maneras por los sujetos que habitan allí, cambiando permanentemente según se van transformando con las prácticas turísticas.

En términos del nuevo urbanismo que ha propuesto Silva (2007), el análisis de las expresiones contemporáneas de la ZIT Usaqué, nos permitió evidenciar que el turismo genera tensiones colectivas y psicológicas, a partir de las marcas físicas que se van configurando sobre el lugar, y los deseos invisibles, o el lugar imaginado por sus habitantes. Los croquis afectivos de los locales, permiten evidenciar desde una perspectiva subjetiva, las diversas formas como estos se están adaptando, re apropiando y defendiendo su lugar. En este caso, no se ha presentado una clara oposición a las dinámicas turísticas, más bien ha habido un proceso de adaptación a las mismas, incorporando en sus prácticas cotidianas los nuevos espacios de disfrute y tiempo libre que han venido surgiendo con las expresiones propias de la contemporaneidad. Así mismo, se perciben como fortalezas, las nuevas expresiones materiales o de corporalidad, asociadas a la oferta de centros comerciales, restaurantes, cafés y bares y el hecho que se esté transformando en un importante atractivo turístico de la ciudad. Sin embargo, se evidencia inconformidad y resistencia frente a algunos de los cambios abruptos en la estructura morfológica del lugar: mayor edificabilidad hacia arriba y aparición de muchas oficinas. En los imaginarios de sus habitantes se evidencia un reclamo por un pasado ligado a la tradición, a la vida bucólica, a la arquitectura, a la cultura, al estilo colonial, la historia, la antigüedad y la tradición y la defensa de sus espacios más representativos como la plaza central, la iglesia y el colegio Santander, todo ello con un fuerte contenido simbólico asociado a la tranquilidad de lo que fuera un pueblo cercano a la ciudad capital.

En el cruce de variables versus género no se presenta en general diferencias significativas entre los grupos de hombres y mujeres, en relación con las percepciones sobre las dinámicas turísticas que se están dando en los últimos años en la ZIT Usaquéen. Se tienden a valorar y a percibir casi que con los mismos pesos relativos los aspectos relacionados con calificaciones y cualidades identificatorias del lugar. Para ambos géneros, se percibe que hay una buena calidad de vida y que la zona sigue siendo en general segura, tranquila y agradable. Tanto hombres como mujeres valoran significativamente el aspecto de tranquilidad en la zona. En relación con la seguridad, también se valora en alto grado de manera positiva, coincidiendo con los datos objetivos en los que se evidencia una reducción de los delitos asociados a hurto y homicidios en los últimos años.

Hay pequeños matices en la percepción de algunas características del lugar. Por destacar algunas, las mujeres lo representan con el color verde mientras que los hombres lo identifican con la gama relacionada con amarillo y naranja. Así mismo, se perciben las dinámicas turísticas asociadas a diferentes temporalidades de usabilidad del lugar, lo cual se evidencian en los imaginarios relacionados con los diversos tiempos del día con los que identifican dichas prácticas. La zona es mayormente identificada con la noche, dada posiblemente el mayor movimiento de personas, ruido y tráfico. Así mismo, se percibe que hay una mayor facilidad de uso peatonal del espacio público durante la semana, versus la no facilidad de uso peatonal durante el fin de semana. Sin embargo, los habitantes identifican como las calles más agradables y con más movimiento, justamente aquellas que más se usan por los turistas durante el fin de semana y que, por tanto, son las que más se ocupan por vendedores ambulantes.

Así mismo, los habitantes identifican un cambio negativo en la ZIT Usaquéen en los últimos años, asociado a problemas de accesibilidad, congestión, movilidad y transporte, aspectos que en general están vinculados a la dinámica propia de Bogotá. En términos de problemáticas que fueron identificadas por género, para las mujeres corresponde a construcciones nuevas, altos edificios; mientras que para los hombres en mayor medida es

la inseguridad e indigencia. Unos y otros identifican el lugar con el ruido de carros, bocinas y tráfico en general. El más importante olor también para los dos grupos está asociado a comida y restaurantes. En contraste el segundo porcentaje más alto para los dos grupos, corresponde a aire puro, bosque, árboles y flores.

Tanto mujeres como hombres identifican como principal problemática de la ZIT Usaqué, la accesibilidad, la congestión, la movilidad y el transporte. Como segunda problemática se mantiene la tendencia de la primera opción, pero cobra mayor importancia la contaminación auditiva y lo relacionado con espacios públicos y espacios de parqueo vehicular. Además, ambos grupos afirman que el cambio negativo más significativo de los últimos 15 años, ha sido el deterioro de la tradición y el patrimonio arquitectónico junto con el cierre del Colegio General Santander; así como el aumento en el consumo de licor, de suciedad y de sobrepoblación.

Los dos grupos coinciden en que la contaminación visual es algo frecuente, mientras que la contaminación auditiva la perciben como muy frecuente. En el momento de fijar un lugar de encuentro en la ZIT Usaqué, mujeres y hombres coinciden en que es un centro comercial, frecuentando especialmente los de la zona: Hacienda Santa Bárbara y Unicentro; como primera opción. Como segunda opción de lugares frecuentados, predominan los restaurantes, cervecerías, bares, cafés y como tercera opción la plaza central y la iglesia. En este sentido, coinciden con los lugares más visitados por los turistas.

Entre las actividades realizadas en el tiempo libre por los habitantes, se podría afirmar que hay una confluencia con aquellos itinerarios que valoran los turistas y que se constituyen en el motivo central de visita al lugar. Por ejemplo, las actividades asociadas a salir a comer; las caminatas o paseos y las visitas a centros comerciales, son muy deseadas y practicadas por los locales. La marca de identidad del lugar es comparada con otros lugares de la ciudad y del mundo, que contengan similitudes y el aura relacionada con la identidad cultural, la tradición y la patrimonialización. Hay una alta identificación de la ZIT Usaqué con valores

asociados a su patrimonio cultural, al pasado colonial y a sus elementos identitarios y de patrimonio. De hecho, los habitantes consideran que esta zona compite con otros centros históricos e hitos de Colombia y del mundo: centro de Bogotá, centro histórico, La Candelaria, Monserrate. Pero también como una dialéctica frente a la percepción del lugar, la identifican con otras zonas muy contemporáneas de la ciudad como, la zona rosa, la calle 82, que han venido surgiendo en la ciudad, y que se expresan como un conglomerado de oferta comercial, de restaurantes, hoteles y bares, mezclada con expresiones arquitectónicas, estéticas y de arte público.

En relación con el cruce de estratos, en algunas variables se presenta un comportamiento diferente en el estrato 2 versus los otros. Por ejemplo, en la percepción de sonido, congestión, seguridad, posiblemente por la localización geográfica de este estrato frente a los más altos, que son los que más tienden a concentrarse en la zona más turística. Pareciera que el uso residencial que aún se conserva en el primero, hace que las dinámicas turísticas contemporáneas no les afecte tanto como a los que se localizan en la zona en donde se presentan los mayores impactos.

Esto también explica esa aparente contradicción entre problemáticas asociadas a congestión, tráfico, ruido, contaminación, limitaciones en el uso del espacio público por parte de ellos, etc., versus la apropiación que los mismos habitantes han venido haciendo de esos nuevos espacios de dispersión asociados a la oferta gastronómica y comercial.

Tal vez la misma configuración espacio territorial de localización de los estratos, en la medida en que los habitantes de los estratos 4, 5 y 6 especialmente se encuentran más cercanos a las zonas de concentración turística, no ha generado un fuerte desplazamiento de estos segmentos. Esto podría estar asociado a una reconfiguración del uso residencial, pasando de vivienda de dos pisos a nuevas edificaciones de gran altura, con una fuerte mezcla con el uso comercial, como veíamos en el capítulo anterior. Podríamos afirmar que en la zona aún no se presenta el fenómeno de gentrificación que se viene presentando en los centros históricos

de otros lugares del país y del mundo, pero si viene dándose un fenómeno de reacomodamiento de los habitantes frente a las dinámicas turísticas. De hecho, todos los estratos quieren seguir viviendo en la zona y valoran positivamente los cambios recientes, si bien se presentan problemáticas asociadas a contaminación auditiva, visual, tráfico, los olores a comida, indebida apropiación del espacio público por parte de vendedores ambulantes y saturación del lugar los fines de semana.

A pesar de los cambios abruptos de los últimos años, un alto porcentaje de los habitantes están de acuerdo en que las dinámicas turísticas y la llegada permanente de turistas y visitantes, han generado cambios positivos en la ZIT Usaquéen. Además, consideran que en general la afluencia de turistas no genera efectos negativos en sus rutinas ni en su tiempo libre. Sin embargo, plantean, que se ha generado un alza significativa de precios, como se veía en el capítulo anterior, así como cambios abruptos en los usos del suelo, así como una saturación en el uso del espacio público.

Los anhelos de los habitantes en relación con su lugar, se asocian a la recuperación de un pasado colonial, de hitos patrimoniales e históricos, como el colegio, el centro, el pueblo, si bien en sus expectativas frente al futuro de su lugar, será que se llenará de oficinas, comercio, oficinas, grandes edificios y apartamentos, usando expresiones asociadas a que la zona será a futuro una “selva de concreto”. Lo más importante a pesar de esta carga imaginaria asociada al miedo por una transformación abrupta, es que la mayoría de los habitantes quieren seguir viviendo en la ZIT Usaquéen e igualmente existe un alto vínculo afectivo con el lugar.

Surgen entonces algunos dilemas éticos, que se derivan de las dinámicas de las ciudades como lugares turísticos contemporáneos frente a las prácticas sociales que Goffman (1993), denominó de ocultamiento. Cuando los individuos que participan en determinada interacción social asumen el rol de actantes, de manera consciente o inconsciente, deciden establecer un doble juego de presencia/ausencia frente a lo que se quiere o debe mostrar y

aquello que no: este tipo de prácticas muchas veces suelen romper con aquello que en la vida cotidiana harían los turistas en sus lugares de origen. Es decir, en el lugar turístico el turista transgrede ciertos acuerdos morales que no rompería en sus espacios de vida, como sujetos deseantes buscando llenar sus fantasías, sin importar si la búsqueda de esta satisfacción puede generar riesgos sociales para los habitantes.

Así mismo se dan múltiples puestas en escena, performances a partir de situaciones particulares, en las que el turista y el habitante asumirían diversos papeles, generándose un efecto que denominó Goffman (1993) como de idealización, en donde la actuación de una rutina se monta a través de diversas fachadas: “Esto constituye una forma de «socializar», moldear y modificar una actuación para adecuarla a la comprensión y expectativas de la sociedad en la cual se presenta”. Esta situación se presenta en algunos espacios públicos en los que el turista quien es el extraño al lugar, llega a asumir un papel tan protagónico que se da un traspaso de roles y el habitante termina por ser el extraño al mismo: este se vuelve el auditorio para el cual el turista actúa y en algunos casos moldea comportamientos sociales de los que residen allí.

En este sentido, la realidad se representa y está llena de actuaciones idealizadas sobre lo que debe ser, no sobre lo que se es. Hay una dotación o aprehensión de signos durante el viaje, múltiples actuaciones según el lugar, generándose un tipo de ocultamiento de ciertas acciones amorales y el fingimiento en la interacción social para ocultar justamente esos comportamientos o asumir aquellos en la experiencia turística, que simplemente jueguen a satisfacer los deseos de los individuos implicados, sus fantasías. No importa que tan morales o amorales sean, puesto que en algunas ocasiones se busca asumir roles de parte de los turistas, que no necesariamente son los rutinarios en su vida.

Finalmente, podríamos afirmar que en la ZIT Usaquéen se presentan de manera distinta las tres situaciones cognitivas-estéticas que describe Silva (2007), sobre la ciudad imaginada como modelo encarnado: equiparando los registros urbanos a aquellos del lugar turístico, se presenta la situación uno, equivalente a real mayor que imaginado, en donde muchos de ellos existen pero no son usados ni evocados, por lo tanto no son visitados: Colombia como destino turístico, no existía hasta hace poco en el mapa mundial de los lugares deseables para visitar, dado que la carga imaginaria asociada al miedo de visitarlo era mayor que la situación real que se vivía, si bien aún pervive el conflicto social. Sólo recientemente se empieza a configurar una imagen turística internacional potenciada a través de campañas de marca país como la que se lanza en el 2007: “Colombia, el riesgo es que te quieras quedar”; en el 2014: “Colombia, realismo mágico”, o, más recientemente, en el 2017, “Colombia La tierra de sabrosura” mensajes que buscan enfrentar el miedo y convertirlo en una oportunidad. En este sentido, los turistas que visitan la ZIT Usaquéen, se sorprenden al encontrar una zona muy dinámica, con una estética ligada a mezclas del pasado y el presente, en donde lo real es mucho mejor que lo que habían imaginado.

En segundo lugar, lo imaginado mayor que lo real, en donde algunas experiencias ligadas a los lugares turísticos se imaginan como realmente existen, si bien no son en la realidad. Por ejemplo, niveles de inseguridad asociados a lugares turísticos, en los cuales lo percibido no se compadece con lo que realmente sucede allí, o la expectativa de ver animales salvajes en las selvas tropicales, si bien casi nunca es posible experimentarlo durante el viaje. En este caso para la ZIT Usaquéen, la percepción de inseguridad sigue siendo mayor a lo que realmente pasa allí. Los turistas se sorprenden de encontrar un lugar atractivo, muy internacional, con estas mezclas de lo local y global, generando una potente motivación para quedarse.

En tercer lugar, lo real= imaginado= real, en donde la percepción colectiva coincide con la realidad: existe, se imagina y se usa como existe. Es el caso de lugares con un connotado posicionamiento mundial, como París, ligado a la imagen de la ciudad luz, la ciudad del

romance, en donde la experiencia turística usualmente se vive como se percibió a través de las referencias, los relatos y las imágenes. En este caso y para la ZIT Usaqué, no se aplicaría esta percepción, en la medida en que aún no cuenta con elementos identificatorios lo suficientemente potentes a nivel nacional o internacional, ni cuenta con una marca muy reputada frente a otros lugares del mundo, que faciliten un claro posicionamiento.

Conclusiones

Las conclusiones se han organizado en dos acápites. En la primera parte, se presentan los principales hallazgos a partir del análisis de Bogotá y de la ZIT Usaquéen, desde los ejes metodológicos propuestos: corporalidad e imaginarios y prácticas sociales. En la segunda parte, se hacen unas reflexiones finales para la comprensión de los lugares turísticos contemporáneos, que permitan dejar espacio para nuevas investigaciones.

- Bogotá y la ZIT Usaquéen

De acuerdo con el análisis que se adelantó sobre los lugares turísticos contemporáneos, en Bogotá y en la ZIT Usaquéen se evidencian las transformaciones materiales y simbólicas, derivadas de la lógica que se vienen imponiendo en los centros urbanos, de competitividad global. Los diversos cambios del fenómeno social turístico desde su aparición en la modernidad, demuestran que no es una actividad aislada de los procesos sociales, políticos, económicos y culturales y que no es inocua a ciertas perspectivas o paradigmas de desarrollo que se han impuesto en determinados momentos históricos.

Bogotá surge recientemente como un lugar turístico contemporáneo emergente e inacabado. En tan corto tiempo en el que ha surgido como destino turístico, se ha debatido entre el ser un lugar abierto a las dinámicas regionales y mundiales o el mirarse hacia sí misma, generando múltiples contenidos materiales e inmateriales así como prácticas e imaginarios sociales diversos, todo lo cual ha resignificado las prácticas sociales de sus habitantes. En ese esfuerzo de promover la ciudad hacia afuera, se empiezan a proyectar algunos contenidos simbólicos asociados a la contemporaneidad, en los cuales surgen múltiples apuestas que en algunas ocasiones se entrecruzan y en otras hasta se contradicen, generando una dialéctica entre aquellos elementos corporales ligados a lo artificial y efímero versus la búsqueda de lo identitario, lo tradicional o a algunas huellas del pasado. No hay claras referencias a croquis de percepción bien definidos por parte de los turistas sobre la

ciudad, sino más bien partículas sueltas frente a su imagen, que se contraponen a las apuestas que se vienen dando desde las políticas públicas de turismo, las cuales vienen incentivando zonas de interés turístico claramente delimitadas y superpuestas a las centralidades económicas y culturales de la ciudad. Particularmente y en relación con la ZIT Usaqué, un porcentaje relativamente bajo, menos del 50% de los turistas visitaron este lugar, lo cual puede estar asociado a que aún no es fuertemente identificada a nivel internacional.

Es de anotar que en la gestión turística de Bogotá, no se ha contado con una marca territorial que se mantenga en el tiempo y genere una identidad sólida tanto para los visitantes como para sus habitantes. Es así como en los hallazgos relacionados con las diversas percepciones de los turistas, se evidencia una dispersión de la misma y la encarnación de los imaginarios, es percibida aun desde referentes identificatorios tradicionales, como Monserrate, la Candelaria y el museo del oro, entre otros. Así mismo, se evidencia una tendencia a identificar la ciudad con varios contenidos que contrastan entre sí: la visita a los centros históricos, dentro de ellos La ZIT Usaqué, aparece como de reciente interés para los turistas, así como el auge de actividades propias de los lugares turísticos contemporáneos. Por ejemplo, la apropiación cada vez mayor de espacios públicos: parques, plazas históricas, zonas gastronómicas, mercados de artesanías en las calles y visita a centros comerciales, entre otros, apuesta que hace parte de las nuevas formas de valoración ligadas a la tematización de los destinos.

Los gestores políticos han buscado posicionarla desde inicios del 2000 como destino internacional. En el periodo analizado, 2000 – 2018, se ha venido fortaleciendo la institucionalidad del turismo, destacándose la creación del IDT en el año 2007, como organismo con autonomía administrativa y financiera y que va a establecer un antes y un después en la gestión de esta actividad en la ciudad. Así mismo, se han mantenido dos objetivos estratégicos para la formulación y ejecución de las políticas públicas: el de gestión

de destinos y el de promoción. Sin embargo, los acentos en cada periodo gubernamental han cambiado, en algunos casos de manera significativa, y se han presentado algunas decisiones coyunturales y paradójicas, que en general denotan un interés por promover la ciudad como destino turístico, desde una lógica prevalecientemente economicista.

En esta perspectiva, el análisis que se adelantó sobre Bogotá y la ZIT Usaquén, a través de los ejes metodológicos propuestos: **la corporalidad, las prácticas y los imaginarios sociales**, nos permitieron comprender como se manifiestan las dinámicas de los lugares turísticos contemporáneos. Dichos ejes, evidencian la gran complejidad que se está dando en dichos lugares, con transformaciones abruptas a partir de la aparición de las prácticas turísticas, que en varios casos se imponen sobre las de los habitantes. Así mismo, estos procesos, están generando profundos cambios y dinámicas de reapropiación del lugar por parte de estos últimos, quienes se han venido adaptando a ellos. Sin embargo, al indagar sobre sus imaginarios acerca del futuro, se evidencia mucha incertidumbre y miedo frente a estas transformaciones.

En relación con el eje de **corporalidad**, los hallazgos relacionados con los cambios en los usos del suelo derivados de las nuevas dinámicas turísticas y comerciales, dan cuenta del impacto significativo en la ZIT Usaquén, en muy corto tiempo. Dos lugares habitan simultáneamente allí: el de sus habitantes y, el otro, el de los turistas y visitantes. La zona recrea aquello que se evidencia en las expresiones de los lugares turísticos contemporáneos, en donde lo posmoderno habita con lo premoderno y lo moderno, y todos los estilos se encarnan de manera simultánea. Aparecen una mezcla de artefactos con expresiones del pasado en el presente, constituyéndose cada vez más en el lugar para los otros, los extraños, alejándose de las expectativas de sus habitantes, si bien estos últimos vienen aceptando con beneplácito algunos cambios asociados especialmente al surgimiento de las dinámicas gastronómicas en la zona, pero no así, los cambios derivados del impacto inmobiliario en su estructura urbana.

Estas transformaciones físico espaciales están generando desplazamiento del uso residencial y de conservación, imponiéndose una marcada lógica economicista del turismo, dada una excesiva especialización funcional y la aparición de un centro turístico altamente jerarquizado, en donde el uso residencial está desapareciendo rápidamente, reemplazándose por el comercial y de servicios. Además, este último, se ha mantenido desde el 2002 entre 394 metros cuadrados y 525 metros cuadrados, mientras que el primero pasó en el 2002, de 541 metros cuadrados a 307 metros cuadrados. El uso dotacional, que está dirigido a la prestación de servicios públicos, ha crecido, pero relativamente poco en el tiempo, pasando de 25 metros cuadrados a 47 metros cuadrados, Lo que significa que prácticamente no ha variado significativamente en el tiempo. A ello se suma el hecho que se han venido reemplazando casas tradicionales de uso residencial, por nuevas edificaciones de uso comercial.

Este tipo de cambios va generando transformaciones en las prácticas sociales de los habitantes de la ZIT Usaqué, en la medida en que se va transformando la estructura y función del lugar, impactando las prácticas de habitabilidad y usos frente a este. Es de destacar cómo los referentes históricos e identitarios se han venido perdiendo, dando paso a nuevas construcciones y en las que el uso comercial se impone sobre los usos educativos, religiosos, públicos y residenciales. Los pocos equipamientos públicos que prestan estos servicios se han venido invisibilizando dando paso a nuevas prácticas asociadas a los visitantes temporales, más que a los habitantes.

Así mismo, el desarrollo inmobiliario hotelero de los últimos años ha traído como consecuencia una sobrevaloración del costo del metro cuadrado por factores relacionados con la llegada de capital externo, creando otras lógicas de valorización económica del uso residencial y comercial, en el que algunos inmuebles pueden llegar a costar igual o más que el metro cuadrado de grandes centros financieros mundiales. La media y larga duración es una categoría de análisis que se relativiza en este caso, en la medida en que el proceso de

transformación se está dando de manera más bien rápida frente a otros procesos sociales. Además, en corto tiempo se han perdido valores asociados a Bienes de Interés Cultural, que se han demolido o amenazan ruina, lo cual se viene presentando en otros lugares del mundo, al turistificarse tanto, que pierden el aura del lugar. En este sentido, si bien los habitantes valoran positivamente las dinámicas comerciales actuales, se oponen a los cambios abruptos en la corporalidad de su lugar de vida.

En relación con el segundo eje, **el de los imaginarios**, se pudo profundizar en el análisis de los lugares turísticos contemporáneos como la ZIT Usaqué. Para ello, se buscó comprender las percepciones y los croquis afectivos de sus habitantes, ligados al miedo, a la memoria, a las expectativas y a los cambios a futuro del lugar en el que ellos viven. Así mismo, se logró captar sus puntos de vista sobre las actuales prácticas turísticas. Los hallazgos nos permitieron profundizar en las diversas maneras como ellos perciben y construyen día a día su lugar, adaptándose a los cambios que genera la llegada masiva de visitantes, buscando comprender los vínculos profundos entre percepción colectiva, uso de la ciudad y posibles estrategias de nuevas mentalidades urbanas, en las que el turismo entra como una fuerza disruptiva a imponer y transformar los lugares. Algunas tensiones en la ZIT Usaqué se presentan en la medida en que entran en juego la demanda de los habitantes por el carácter de su lugar y su derecho a usufructuarlo, versus las fantasías de los turistas.

En la ZIT Usaqué se pudo evidenciar cómo se están encarnando los diversos imaginarios de los lugares turísticos de la contemporaneidad, recogiendo las diversas expresiones tanto de lo moderno como de lo que se ha denominado alternativo, tradicional o premoderno; constituyéndose en un collage de múltiples posibilidades, en las que objetos ficcionales se entre mezclan con la realidad de manera simultánea y en los que tiempo y espacio se convierten en configuraciones efímeras a partir de la experiencia turística. Por una parte, se evidenció cómo aparecen objetos y actividades que buscan re- crear el pasado, contrastando con artefactos globales sin conexión con el lugar en el que se representan, ligados a la

efimeralidad y el presentismo, pero que exaltan imágenes cliché de otros destinos globalmente reputados, los cuales se reproducen y circulan rápidamente, imponiéndose en cualquier lugar del planeta.

La categoría de lugar en la ZIT Usaquéen se expresa como una dialéctica permanente de pasado y presente, se ubica en la contemporaneidad, en donde los flujos, el caos y la incertidumbre lo nutren, le son connaturales a sus dinámicas de permanencia y cambio. Las transformaciones abruptas que se están dando en los últimos años, derivadas de las prácticas turísticas, se encarnan en su corporalidad, en los espacios públicos, que están siendo cada vez más apropiados por dinámicas económicas, desplazando a sus habitantes, poniendo en cuestión el derecho a su uso por parte de los habitantes, generando además rupturas en la estructura urbana tradicional.

En esta línea argumentativa, las ciudades se están constituyendo como una de las mejores expresiones de los lugares turísticos contemporáneos. Su diversidad, riqueza cultural y los contenidos simbólicos, sociales y estéticos, dan cuenta de un entramado que va más allá del sentido de búsqueda de lo auténtico y puro, para expresarse de manera mucho más compleja a partir de hibridaciones de los lugares en donde la mezcla entre lo local y lo global, se encarnan de manera concreta. Allí, el sentido de lugar está mediado por la experiencia de los sujetos que interactúan, mezclando los espacios de ocio del habitante con aquellos del turista, generando en algunos casos, tensiones y prácticas no previstas o indeseables, lo cual finalmente deriva en dilemas éticos del lugar.

Se presenta una mezcla entre valores identitarios del lugar tradicional, vinculados, por ejemplo, al reconocimiento que hacen ellos, de elementos identificatorios asociados al pan, el ajiaco y el dulce, encarnando imaginarios asociados a los valores culturales locales con mezcla de aquellos de interés nacional y de alto posicionamiento internacional: La identificación del olor de la ciudad vinculada a la naturaleza, el color verde, así como

elementos que, si bien no se producen en Bogotá, como el café, mezclan aquellos referentes identitarios del país. En general se evidencia que la percepción de los turistas está asociada mayoritariamente a los marcadores tradicionales del lugar, los cuales han venido siendo destacados a través de diversos medios de comunicación y a través de las diversas campañas y marcas de la ciudad. De más reciente aparición surgen nuevas propuestas como el jardín Botánico, el parque Simón Bolívar, la biometrópolis. Así mismo empiezan a surgir operadores locales que promueven otros contenidos urbanos como el grafiti, el arte y las expresiones musicales urbanas, proponiendo nuevas lecturas y formas de interpretación de la ciudad.

Contrasta las experiencias ligadas a la atmósfera atractiva de Bogotá, con el caos, el smog, el tráfico, el ruido y en general con imaginarios ligados a problemáticas sociales de los grandes centros urbanos de Latino América y del mundo, como la inseguridad, la identificación de zonas peligrosas como el Bronx, Ciudad Bolívar o el olor del río Bogotá. Pareciera que se mezclan perfectamente las cualidades de una ciudad emergente turísticamente, con los problemas propios de las urbes, y en este caso, con especial énfasis en las problemáticas de movilidad.

Las experiencias turísticas se convierten en vectores que potencian los imaginarios asociados a tendencias que fluyen por diversos medios de comunicación, el cine, la literatura, el marketing territorial, etc., impactando las prácticas sociales de los turistas en los lugares que visitan. Por ello, la importancia de haber profundizado en este tercer eje metodológico. Dichas prácticas se tienden a estandarizar en los lugares y se mueven entre la búsqueda de lo auténtico identitario y la tematización o artificialización de dichos lugares, generando múltiples grises y posibilidades. Además, están asociadas principalmente al uso del espacio público, como se evidenció en la ZIT Usaqué, en donde se da una demarcación de ciertas rutas e itinerarios que los turistas y habitantes de la ciudad terminan por emular, conectando los mismos sitios e hitos a visitar y que son articulados por las principales plazas y mercados de artesanías del lugar.

La experiencia de los turistas configura un doble juego en el lugar: se van constituyendo una amalgama de zonas deseables de observar y disfrutar, pero se van invisibilizando otros espacios de miedo o no deseables, los cuales en la ZIT Usaquéen aún no han sido incluidos en los itinerarios turísticos. Así mismo, se generan encuentros y desencuentros construyendo múltiples intersubjetividades, en donde lo experiencial emerge como el hilo que teje las relaciones entre los sujetos que interactúan en un lugar turístico concreto, generándose una dialéctica permanente entre las prácticas sociales de sus habitantes versus las de los turistas, las cuales avasallan durante los fines de semana, los espacios de disfrute de los primeros.

- Reflexiones finales para la comprensión de los lugares turísticos contemporáneos

El análisis de Bogotá y de la ZIT Usaquéen, permitió evidenciar el gran impacto que ha generado el paradigma del turismo moderno, masivo o fordista, en los lugares en donde se ha desarrollado. En este se impuso una visión de la categoría de espacio desde sus componentes físicos, materiales o corporales, y desde un discurso de arriba abajo: alianzas Estado central – capital multinacional e inversionistas privados, en donde prevaleció ante todo su función económica por encima de otras dimensiones como la social, la cultural, ambiental, etc. Estas aproximaciones dieron cuenta del lugar como espacio vacío, que se podía organizar bajo determinada lógica y siguiendo el axioma de fe de la modernidad: “orden y progreso”, imponiéndose una concepción del mismo, como contenedor de elementos materiales exclusivamente diseñados para la experiencia de los turistas, negando en muchos casos las prácticas sociales e imaginarios de sus habitantes.

Este paradigma de turismo masivo hizo crisis, coincidiendo con los debates que se generaron en las ciencias sociales, que ponían en cuestión el enfoque de la llamada modernidad, al imponer discursos y saberes universalistas y totalizantes y explicaciones homogeneizantes de comprensión del mundo. Coincidió este debate con los resultados prácticos de los modelos masivos de desarrollo turístico en varias partes del mundo, especialmente en zonas

de litoral, en donde se evidenció el impacto ambiental y social negativo que habían generado en tan corto tiempo. En este contexto surgieron nuevas aproximaciones, como la categoría de lugar que propuso la geografía humanística, la cual plantea que este es un híbrido de componentes materiales e inmateriales; está en permanente movimiento, es dinámico y complejo; y se encuentra en flujo permanente con los sujetos que allí habitan. El turismo alternativo, recogió estas nuevas perspectivas, planteando desde diversas iniciativas del nivel local, otras formas de apropiación de los lugares con vocación turística, en los que la resignificación de prácticas locales, la sustentabilidad y la participación social, están siendo promovidas en nuevos destinos.

Actualmente se presenta una mezcla vario pinta de diversas expresiones contemporáneas y formas de valorar los lugares turísticos, en las que se recogen múltiples apuestas. Algunas, buscan dialogar con el lugar, otras lo niegan, imponiendo nuevos relatos asociados a tendencias globales, a la artificialización, la tematización y a la efimeralidad de las experiencias. Estas tendencias se evidencian en algunas zonas de interés turístico de ciudades como Bogotá, en donde el turismo se ha convertido en un instrumento que juega un papel relevante en la competitividad internacional, asociada a los negocios, los eventos, la espectacularización de la ciudad, pero que detrás de esa gran puesta en escena, se esconden realidades muy complejas de cambios y tensiones derivados de las prácticas turísticas.

La investigación también permitió evidenciar cómo los lugares turísticos contemporáneos pueden ser comprendidos como un sistema semiótico, un sistema de signos, que se construye a partir de las experiencias turísticas que se derivan de las prácticas e imaginarios sociales y de las relaciones intersubjetivas. Esta relación puede generar encuentros o desencuentros entre los turistas y los habitantes, transformando el lugar en deseable o no deseable, creando tensiones y dinámicas diversas.

Las dinámicas estudiadas en Bogotá y en la ZIT Usaqué, aportan a la comprensión de los lugares turísticos contemporáneos, desde la perspectiva del movimiento permanente, el cambio y la transformación versus la pausa. Para quienes los habitan constituyen sus lugares de vida; para quienes llegan a experimentarlos temporalmente, le son transitorios, efímeros. Cuando se da la llegada repetitiva de visitantes, transformándolos en “lugares turísticos”, se redefinen sus contenidos sociales, simbólicos y estéticos. Estos cambios se derivan de las prácticas y de las experiencias de los turistas, creando nuevos imaginarios sociales y construyendo nuevas formas de interacción, relacionadas con los tiempos de ocio, lúdica y trabajo de sus habitantes.

Así mismo, el efecto Disneyficación ha tenido un impacto significativo en los lugares y los gestores u operadores turísticos buscan recrear fantasías ligadas a historias que han fluído en los discursos contruidos desde occidente y que actualmente se articulan en buena medida a hitos globales. Estos estereotipos se emulan en diversos lugares del mundo, puesto que ya existen en el imaginario de muchos grupos sociales y, por tanto, es más fácil recrearlos desde relatos y modelaciones preexistentes. Los turistas además buscan un deseo de evasión de la realidad cotidiana, la búsqueda de experiencias que personifiquen aquello que se añora pero que no se tiene, o de modos ideales, aunque no posibles de vida. Por tanto, en los lugares turísticos la diferenciación entre ficción y realidad o entre copia y original, es inexistente. Para la percepción del turista todo es real. En el mundo imaginado de los turistas no existe aquello que se considere como falso, lo falso es tan real como lo verdadero.

Se pudo comprender como en los lugares turísticos contemporáneos, se da un proceso permanente de construcción imaginaria en los que no sólo cuentan valores asociados a lo bello, sino a otras formas estéticas. Se expresan de diferentes y significativas formas, en donde la experiencia efímera y presentista se exagera, generando una dialéctica permanente de cambio o impacto con los sujetos que allí habitan. A partir de las experiencias turísticas, se transforman los sentidos estéticos de los lugares turísticos, redefiniendo los

espacios públicos, el ocio, la lúdica de los que le habitan, generando una nueva “estetización turística”, surgiendo nuevas evocaciones de los mismos a través de múltiples imaginarios. Sin embargo, en algunas ocasiones termina por primar la mirada del otro, el extraño, sobre el valor social y estético para el local, generando tensiones y desencuentros entre unos y otros.

El reto de las nuevas formas de turismo es lograr articular un discurso coherente en donde se defiendan el multiuso y la poliactividad territorial y se genere una perspectiva sistémica u holística del lugar, que aporte como actividad alternativa y de buen vivir para sus habitantes. Por ello y a partir del análisis de las ciudades como lugares turísticos contemporáneos, se debe comprender estas dinámicas para aportar en la formulación de apuestas éticas de lugar asociadas al turismo.

Referencias

- Alcaldía Mayor de Bogotá . (2011). *Decreto 664 de diciembre 28 de 2011. Por medio del cual se adopta el Plan Maestro de Turismo para Bogotá*. Bogotá, Colombia.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (28 de julio de 2000). Plan de Ordenamiento Territorial-POT. *Decreto 619 de 2000 por el cual se adopta el Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá*. Bogotá, Cundinamarca, Colombia: Secretaría Jurídica Distrital.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2004). *Recorriendo Usaquén. Diagnóstico físico y socioeconómico de las localidades de Bogotá D.C*. Bogotá: Mario Villamor. ISSN: 1794 - 3663.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2008). *Decreto 327 de octubre 2, Por el cual se adopta la Política Distrital de Turismo para Bogotá, D.C. y su zona de influencia Región Capital*. Bogotá.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (15 de octubre de 2017). *Decreto Distrital 619 De julio 28 de 2000*. Obtenido de Alcaldía de Bogotá:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3769>
- Amador, P. (2013). Vender La Ciudad: Bogotá Como Marca Y Producto Urbano. *Revista Capital Cultural*. Recuperado el 13 de Mayo de 2014, de http://i.letrada.co/n10/santa_nerda.html
- Asociación Hotelera y Turística de Colombia, Cotelco. (2002 - 2018). *Indicadores Hoteleros*. Bogotá, Colombia: Cotelco.
- Augé, M. (1993). *Los “no lugares” espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona, España: Gedisa.
- Bachelard, G. (1994). *The poetics of space*. Boston, USA: Beacon press.
- Bachelard, G. (2013). *La poética de la ensoñación*. Ciudad de México, México: Fondo de Cultura Económica.
- Balbo, M., Jordán, R., & Simioni, D. (2003). *La ciudad Inclusiva (No.88)*. Santiago de Chile: United Nations Publications.
- Basso, K. H. (1996). Wisdom sits in places. En S. F. Basso, *Senses of place* (pág. 293). Santa fe New Mexico: School of American Research.
- Basso, K., & Feld, S. (1996). *Senses of place*. Santa fé, New México: School of American Research Advanced Seminar Series.
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y Simulacro*. Barcelona: Editorial Kairós.

- Bautista, M. M. (2014). *Nuevas centralidades del turismo cultural. Localidad de Usaquén*. Bogotá: Universidad EAN.
- Becerril-Padua, M. (2000). *Policentrismo en las ciudades latinoamericanas. El caso de Santiago de Chile*. *Theomai*, núm. 1. Buenos Aires.
- Bocanegra, E. (2007). *Tesis doctoral del encierro al “paraíso” imaginarios dominantes en la escuela colombiana contemporánea una mirada desde las escuelas de Bogotá*. Manizales: Doctorado en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud- CINDE. – Universidad de Manizales, Colombia.
- Borja, J. (2007). *Revolución y contrarrevolución en la ciudad global: las expectativas frustradas por la globalización de nuestras ciudades*. Recuperado el 26 de Marzo de 2014, de EURE (Santiago) [online]: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612007000300003&lng=en&nrm=iso&tlng=en
- Boyer, M. (2002). El turismo en Europa. De la edad moderna al siglo XX. Trad. Carlos Larrinaga. *Revista de historia contemporánea (II)*. Universidad del país Vasco. Bilbao. España. , 13-31.
- Buch, A. V. (2007). In the image of the Grand Tour: Railway station embellishment and the origins of mass tourism. *The journal of the transport history*, 28(2):252-271.
- Buraglia, P. (1998). Estética urbana y participación ciudadana. *Bitácora Urbano/Territorial*, 1(2) ISSN 2027-145X, 42 - 47.
- Buttimer, A. (1993). *Geography and the human spirit*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Buttimer, A., & Seamon, D. (1980). *The human experience of space and place*. London: Croom Helm.
- Cabrero, E., Orihuela, I., & Ziccardi, A. (2003). *Ciudades competitivas - ciudades cooperativas: Conceptos claves y construcción de un índice para ciudades mexicanas*. México: Documento de trabajo 139. División de Administración Pública. CIDE.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (1 de julio de 2018). *Clúster Bogotá: turismo de negocios y eventos*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Sobre-el-Cluster/Quienes-somos>
- Carrión, F. (2007). El desafío político de gobernar la ciudad. *Revista Nueva Sociedad No 212, noviembre-diciembre de 2007, ISSN: 0251-3552, <www.nuso.org>*. Recuperado el 26 de Marzo de 2014, de http://nuso.org/media/articles/downloads/3478_1.pdf
- Casey, E. (1996). How to get from space to place in a fairly short stretch of time. En S. F. Basso, *Senses of place* (pág. 293). Santa fe Nuevo México: School of American Research Press.

- Chan, I. (18 de Marzo de 2016). *La historia de Cancún*. Obtenido de Sipse.com. 23 de Noviembre de 2014. <http://sipse.com/novedades/la-historia-de-cancun-a-traves-de-los-hoteles-124183.html>
- Clifford, J. (1999). *Itinerarios transculturales*. Barcelona: Gedisa.
- Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y Sociedad*, 11-24. (trad. Rubén Blanco).
- Congreso de Colombia. (18 de julio de 1997). LEY 388 DE 1997 . *Por la cual se modifica la Ley 9ª de 1989, y la Ley 3ª de 1991 y se dictan otras disposiciones*. . Ibagué, Tolima, Colombia: Congreso de Colombia.
- Corporación Andina de Fomento, CAF. (7 de mayo de 2011). *Desarrollo urbano y movilidad en América Latina*. Ciudad de Panamá: Corporación Andina de Fomento. Recuperado el 7 de Mayo de 2014, de https://www.caf.com/media/4203/desarrollourbano_y_movilidad_americalatina.pdf
- Cresswell, T. (2004). *Place a short introduction*. Oxford Inglaterra: Blackwell publishing.
- Cuervo, L. (2002). Paradigmas de planeación urbana y conceptos de desarrollo. En U. N. Artes., *La ciudad hábitat de diversidad y complejidad* (pág. 353). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Cuervo, L. (2006). *Globalización y territorio*. Series Gestión Pública, Cepal-Comisión Económica para América Latina y el Caribe, No.56, pp.55. Santiago de Chile: American Economic Associaton.
- Dávila, A. (2014). *Centros integralmente planeados (CIPS) en México. Las piezas del proyecto turístico de FONATUR*. FONATUR. Cataluña: Universidad Politécnica de Caraluña.
- De Mattos, C. (2002). *Transformación de las ciudades latinoamericanas: ¿Impactos de la globalización?*. Recuperado el 08 de Mayo de 2014, de EURE (Santiago): https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612002008500001
- Departamento Nacional de Estadística, DANE. (2014). *Producto Interno Bruto. Tercer trimestre de 2013 Base 2005*. Bogotá: DNP.
- Departamento Nacional de estadística, DANE. (2016). *Estadísticas por localidades*. Bogotá, Colombia: DANE.
- Díaz, M. (2005). La anexión de los seis municipios vecinos a Bogotá. Un hecho con antecedentes. *Bitácora Urbano Territorial* 9 (1), 122 , 127.

- Duque, I. (2011). Bogotá: entre la identidad y el marketing urbano. *Cuadernos de Geografía*, 29 - 45.
- Durand, G. (2007). *La imaginación simbólica*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- El Tiempo. (6 de agosto de 1990). Banderas Y Puente En Cumpleaños De Bogotá. *El Tiempo*, págs. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-69063>.
- El Tiempo. (5 de septiembre de 2007). La estación del tren de Usaquén se ha convertido en un patrimonio para Bogotá. *El Tiempo*, págs. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3709884>.
- El Tiempo. (24 de julio de 2008). Los secretos del seminario Valmaría. *El Tiempo*, pág. s.p.
- El Tiempo. (19 de mayo de 2015). La disputa por un colegio que está a punto de caerse. *El Tiempo*, pág. s.p.
- Escobar, A. (2000). El lugar de la naturaleza, y la naturaleza del lugar: ¿globalización o postdesarrollo? En E. L. (Comp.), *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*. (pág. 246). Buenos Aires, Argentina: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, CLACSO.
- Espinosa-Seguí, A. (14 de abril de 2013). *La evolución del turismo en España. El ejemplo de Benidorm (Alicante)*. Obtenido de La evolución del turismo en España. El ejemplo de Benidorm - RUA: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27695/6/Benidorm_Evolucion.pdf
- Feld y H Basso, S. y. (1996). *Senses of place*. Santa fé, New México: School of American Research Advanced Seminar Series.
- Fernández, A. (1999). *Neoliberalismo y territorio : posibilidades de una nueva política regional en América Latina*. España: Universidad Internacional de Andalucía, Sede Iberoamericana de La Rábida.
- Fernández, G. (2 de abril de 1994). Los orígenes de la ciudad. *El Tiempo*.
- Figueredo, R. M. (2008). *Taller de construcción de identidad turística*. Bogotá: Documento de trabajo del IDT.
- Figueredo, R. M. (13 de Septiembre de 2017). Entrevista en profundidad. (E. Roza, Entrevistador)
- Flórez, C. A. (2011). Construcción de paisajes culturales urbanos como referentes de planificación urbana, con énfasis en las localidades de Suba y Usaquén de Bogotá. D.C. *Perspectiva Geográfica*, 115 - 132.

- Fortuna, C. (1998). Las ciudades y las identidades: patrimonios, memorias y narrativas sociales. *Alteridades*, 61- 74.
- Friedmann, J. (1997). *Futuros de la ciudad global: El rol de las políticas urbanas y regionales en la región Asia-Pacífico*. Recuperado el 26 de Marzo de 2014, de EURE (Santiago): https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71611997007000003
- García Canclini, N. (2010). *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia*. Buenos Aires, Argentina: Katz Editores.
- García, B. (14 de abril de 2012). *80 años en bikini por Benidorm*. Obtenido de El periódico de la Provincia de Alicante: <http://www.diarioinformacion.com/benidorm/2012/04/27/60-anos-bikini-benidorm/1247979.html>
- García, M. (2013). *Bogotá renueva su marca ciudad*. Recuperado el 14 de Mayo de 2014, de Brandemia: <http://www.brandemia.org/bogota-renueva-su-marca-ciudad>
- Geertz, C. (1987). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Goffman, E. (1993). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- González, M. J. (2002). *La ciudad sostenible. Planificación y teoría de sistemas*. Madrid: Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, No 33, 93-102. Recuperado el 26 de Marzo de 2014, de <http://scholar.google.es/scholar?hl=es&q=la+ciudad+sostenible&btnG=&lr>
- Gramsci, A. (14 de abril de 1999). *La formación de los intelectuales: Americanismo y fordismo*. Obtenido de <https://www.librosondemand.com/products/la-formacion-de-los-intelectuales-americanismo-y-fordismo>: /www.librosondemand.com/products/la-formacion-de-los-intelectuales-americanismo-y-fordismo
- Green, M. (2014). Reporting the grand tour: the correspondence of Henry Bentinck, Viscount Woodstock and Paul Rapin Thoyras with the Earl of Portland 1701 - 1703 1703.». *Paedagogica Historica. Volúmen 50, No 4*, 465 - 478.
- Harvey, D. (2008). *La condición de la posmodernidad: investigación sobre los orígenes del cambio cultural. 2. edición*. Buenos Aires: Amorrortu.. Trad. Martha Eguía.
- Hiernaux, D. (23 de Julio de 1994). En busca del Edén: Turismo y Territorio en las Sociedades Modernas. *Ciudades*, 23, 30.
- Hiernaux, D., & Lindón, A. (2012). *Geografías de lo imaginario*. Guadalajara: Antrophos Editorial y Universidad Autónoma de Iztlapa México.

- Hiernaux, D., Cordero, N. A., & Duynen, L. V. (2002). *Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible*. San José, Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO.
- Instituto Distrital de Turismo. (2006). *Plan de Competitividad Turística*. Bogotá.
- Instituto Distrital de Turismo. (2009). *Plan de Mercadeo Turístico de Bogotá*. Bogotá.
- Instituto Distrital de Turismo. (2014). *Política Distrital de Turismo*. Jaramillo, S.(2006). Reflexiones sobre las políticas de recuperación del centro(y del centro histórico) de Bogotá. Obtenido de Documento CEDE 2006-40. ISSN 1657-7191(Edición Electrónica). Noviembre de 2006
- Instituto Distrital de Turismo. (30 de junio de 2018). *www.Bogotaturismo.gov.co*. Obtenido de <http://www.bogotaturismo.gov.co/>
- Instituto Distrital de Turismo de Bogotá. (15 de octubre de 2017). *www.haciendasantabarbara.com.co*. Obtenido de <http://bogotaturismo.gov.co/casa-de-hacienda-santa-barbara>
- Instituto Distrital de Turismo IDT. (2008). *Política Distrital de Turismo*. Bogotá. Obtenido de http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/05/POLITICA_DISTRITAL_DE_TURISMO.pdf
- Jiménez, L. F. (1986). *Teoría turística: un enfoque integral del hecho social*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Korstanje, M. (2009). Nociones de psicoanálisis aplicadas al turismo y al desplazamiento. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 24, 1-15.
- Lipovetsky, G. (2006). *Los tiempos hiper modernos*. Barcelona: Anagrama.
- Lozato, J. P. (1993). *Geographie du Tourisme. Cuarta edición. Masson Geographie. De l'espace regardé á l'espace consomme*. Paris, Francia: Pearson.
- Maccannell, D. (2003). *El Turista*. Barcelona: Melusina.
- Maccannell, D. (2007). *Lugares de encuentros vacíos*. España: Melusina.
- Maccannell, D. (2011). *The ethics of sightseeing*. Berkeley: University of California Press.
- Mattos, C. (1984). *Paradigmas, modelos y estrategias en la práctica latino americana de planificación regional*. Santiago de Chile.: Documento CPRD/88. Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, ILPES.
- Mattos, C. (2004). De la planificación a la governance: implicancias para la gestión territorial y urbana. *Revista Paranaense de desenvolvimento. Curitiba, Brasil*, No 107. P. 9 – 23.

- MaxNeef, M. (15 de marzo de 1997). *Desarrollo sin sentido*. Obtenido de Desarrollo sin sentido: <http://ecologia.unibague.edu.co/Msinsentido.pdf>.
- Meléndez, M. (2011). Con los ojos en la Bogotá que imaginó Le Corbusier. *Pesquisa publicação científica y académica de la Universidad javeriana*.
- Minca, C. (1996). *Spazi effimeri: geografia e turismo tra moderno e postmoderno*. Podova, Italia: CEDAM.
- Montañez, G. (2013). *Apuntes al proyecto de investigación: Bogotá como lugar turístico contemporaneo-documento de trabajo*. Bogotá.
- Muñoz, A. (15 de diciembre de 1990). LA NAVIDAD SE VIVE EN... USAQUÉN. *El Tiempo*, pág. s.p.
- Nogué, J. (1989). Paisaje y turismo. *Estudios turísticos*, 90.
- Nogué, J., & Romero, J. (2006). *Las otras geografías*. Valencia, España: Tirant lo Blanch.
- Organización Mundial del Turismo. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2017*. OMT. Obtenido de Panorama OMT del turismo internacional Edición 2017: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Estadísticas Mundiales del Turismo*. Madrid, España: OMT.
- Ortega, A. (1917). *Historia del ferrocarril de la Sabana*. Bogotá: Sociedad Colombiana de Ingenieros.
- Osorio, M. (Enero – junio de 2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. *Quivera*, 8(1), P. 291 – 314.
- Parra, N. (sábado 13 de agosto de 2015). *Diario de campo*. Bogotá, Colombia.
- Parra, R. d. (2016). *Salida de campo con Edna Roza*. Bogotá, Colombia.
- Pastoriza, E. (16 de Junio de 2008). El turismo social en la Argentina durante el primer Peronismo. Mar de Plata, la conquista de las vacaciones y los nuevos rituales obreros 1943-1955. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, 11.
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness* (Vol. 67). London: Pion.
- Revista Dinero. (13 de julio de 2018). Turismo, la prometedoras industria que no contamina. *Revista Dinero*, págs. <https://www.dinero.com/pais/articulo/balance-del-sector-turismo-en-colombia-2018/260070>.

- Revista Semana. (7 de julio de 2012). Construcción hoteles hay gente para tanta cama. 3. Bogotá, Cundinamarca, Colombia.
- Reyes, C. A. (1998). *Usaquén una historia para armar*. Bogotá, Colombia: Mimeo.
- Rozo, E. (Marzo de 2012). La producción de los territorios turísticos. Algunas reflexiones desde las categorías de modernidad y posmodernidad. *Revista de ciencias sociales* (21).
- Sánchez, C. I. (17 de septiembre de 2017). Entrevista en profundidad. (E. Rozo, Entrevistador)
- Seamon, D. (1979). *A geography of the lifeworld: Movement, rest and encounter*. Nueva York: Croom Helm.
- Seamon, D. (2000). A way of seeing people and place. *Theoretical perspectives in environment-behavior research*, 157-178.
- Seamon, D., & Mugerauer, R. (2012). *Dwelling, place and environment: Towards a phenomenology of person and world*. (D. Seamon, & R. Mugerauer, Edits.) New York: nijhoff.
- Secretaría de Desarrollo Económico. (2009). *Marco Conceptual Hacia Una Definición De Equipamiento Para El Plan Maestro De Turismo De Bogotá*. D. C. Bogotá, Colombia.
- Secretaría Distrital de Planeación. (2009). *Conociendo la Localidad de Usaquén. Diagnóstico de los aspectos físicos, demográficos y socio económicos*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá. Obtenido de Secretaría de Planeación Distrital: http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/ciudadania/Publicaciones_SDP/21_bogota_%20D_C_monografia_jul_2009.pdf
- Seisdedos, H. (2004). City marketing, el camino hacia la ciudad emprendedora. *Revista de empresa* No.8. Abril-Junio, 54-64.
- Seixas, J. (2008). *Dinámicas de gobernanza urbana y estructuras del capital socio-cultural en Lisboa*. Centro de Estudos Territoriais, CET/ISCTE, Lisboa, Portugal. Madrid: Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, Nº. 46, 2008, págs. 121-142.
- Silva, A. (2003). *Bogotá Imaginada. Convenio Andrés Bello*. Bogotá, Colombia: Editorial Aguilar, Altea, Alfaguara, S.A.
- Silva, A. (2006). *Bogotá como modelo de "urbanismo ciudadano"*. Texto del catálogo de la x bienal de Venecia 2006. Obtenido de <http://www.cronicon.net/ForoUrbano/bogota/columnas/desarrolloUrbano1.htm>
- Silva, A. (2006). *Imaginaris urbanos: hacia el desarrollo de un urbanismo desde los ciudadanos. Metodología*. Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello, Universidad Nacional de Colombia.

- Silva, A. (2006). *Metodología*. Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello y Universidad Nacional de Colombia.
- Silva, A. (2007). *Imaginarios Urbanos en América Latina: Urbanismos ciudadanos*. Barcelona, España: Fundación Antonio Tapies.
- Silva, A. (2014). *Imaginarios, el asombro social*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Silva, I. (2003). *Disparidades, competitividad territorial y desarrollo local y regional en América Latina (Vol. 33)*. Santiago de Chile: United Nations Publications.
- Sobrino, J. (2002). *Competitividad y ventajas competitivas: revisión teórica y ejercicio de aplicación a 30 ciudades de México*. Obtenido de Estudios Demográficos y Urbanos, núm. 50, mayo-agosto, 2002, pp. 311-361, El Colegio de México, México.
- Sobrino, J. (2005). *Competitividad territorial: ámbitos e indicadores de análisis*. Obtenido de Economía, Sociedad y Territorio.
- Soja, E. (1989). *Postmodern Geographies. The reassertion of space in critical social theory*. London, Inglaterra: Verso.
- Taylor, F. W. (1911). *Principles of Scientific Management*. New York: Harper & Row.
- Tuan, Y. F. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota.
- Tuan, Y. F. (2005). *Cosmos y hogar: un punto de vista cosmopolita*. Barcelona: Melusina. Trad. Ana Duque de Vega.
- Universidad Externado de Colombia. (2006). *Norma Técnica Sectorial 001 -1. Establecimientos De Alojamiento Y Hospedaje. Criterios De Sostenibilidad*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. London: SAGE Publications Inc.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze*. London: London, Sage.
- Van Der Hammen et al. (2011). Habitar el centro Histórico: prácticas y representaciones de los residentes en torno a la vivienda patrimonial. En Van Der Hammen et al., *La ciudad: Hábitat de diversidad y complejidad*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Van Der Hammen, M. C., & Palacio, D. C. (2006). Género y capital cultural en lugares - patrimonio. Usos, representaciones y prácticas residenciales del Centro Histórico y el humedal Córdoba en Bogotá. En A. Párias Durán, & D. C. Palacio Tamayo, *Construcción de lugares patrimonio*.

El Centro Histórico y el humedal Córdoba en Bogotá. (pág. 479). Bogotá, Colombia: Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia - Colciencias - y Universidad Externado de Colombia.

Verhoeven, G. (2010). Calvinists pilgrimages and popish encounters: religious identity and sacred space on the dutch grand tour (1598 - 1685). *Journal of Social History*, 615 -634.

Zambrano, F., & Castelblanco, C. (2000). *Comunidades y territorios, reconstrucción histórica de Usaquén.* Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.